أ.د. محمد البخاري

مبادئ الصحافة الدولية

و

التبادل الإعلامي الدولي

فهرس المحتويات

المقدمة

أصبح الحديث عن التبادل الإعلامي الدولي في حياة الأمم المعاصرة، وفي ظل النظام الدولي الراهن واحداً من أكثر الموضوعات إثارة للاهتمام، وذلك نظراً للإمكانيات الهائلة القائمة والمحتملة للتبادل الإعلامي الدولي على ضوء التطور الهائل في وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة. التي تنبأ لها البروفيسور الياباني *يونيجي ماسودا*: أن تمكن الإنسان في نهاية القرن العشرين من الحصول على أية معلومات يريدها بمنتهى السرعة واليسر والسهولة. وهو ما حدث فعلاً عبر شبكات الحاسب الآلي "الكمبيوتر" العالمية، والقنوات التلفزيونية الفضائية، ووسائل الاتصال الأخرى من فاكس وتلكس وبريد إلكتروني... وغيرها من وسائل الاتصال الحديثة. والتي أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية تستخدمها فعلاً، لمخاطبة العقول أينما كانت، ومهما تباينت أفكارها، وبأية لغة يفهمها الإنسان المعاصر الذي تميز بسعة الأفق والمعرفة، بفضل المعلومات التي وضعتها بين يديه وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية أينما كان.

كما وسمحت تقنيات الاتصال الحديثة للتدفق الإعلامي الدولي أن يكون تبادلاً إعلامياً دولياً، تسيطر فيه الدول المتطورة بفضل إمكانياتها المادية والعلمية والتقنية. ولو أن أية دولة من دول العالم، أو أية جماعة مهما كان حجمها وإمكانياتها تستطيع ولوج عالم التبادل الإعلامي الدولي بالحرف والصوت والصورة دون عوائق تذكر.

وقد التفتت الدول والتجمعات الدولية اليوم، بعد أن تجلت لها حقيقة الثورة المعلوماتية الجديدة خلال العقود الثلاثة الأخيرة من القرن العشرين، إلى التركيز على أهداف ووظائف التبادل الإعلامي الدولي، وردم الهوة بين الدول المتطورة والغنية، والدول الأقل تطوراً والمتخلفة والفقيرة.

وأصبح المدخل الرئيسي لدراسة مشاكل الاتصال والتبادل الإعلامي الدولي، تدارس قضايا الإعلام والاتصال، والسعي لإقرار نظام عالمي جديد للتبادل الإعلامي الدولي، يهدف أساساً إلى الحد من اختلال التوازن بين الدول المتقدمة والدول النامية. ويجعل من التبادل الإعلامي الدولي المفتوح مجالاً للحوار بين الأمم والثقافات، لا السيطرة عليه كما يرغب منها البعض.

وتناولت في هذه الدراسة موضوع الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي لسد شيء من حاجة طلاب كليات الصحافة، والصحافة الدولية، والعلاقات الدولية، والعلوم السياسية، والتاريخ للمراجع في هذا المجال.

حيث استعرضت في **الفصل الأول**: الصحافة الدولية، المطبوعة، والمسموعة، والمرئية إضافة لوظائف ومشاكل ودوافع الصحافة الدولية.

وفي **الفصل الثاني**: تناولت موضوع التبادل الإعلامي الدولي في إطار العلاقات الدولية، والسياسة الخارجية للدولة، ومشاكل التبادل الإعلامي الدولي ودوره في التفاهم الدولي.

أما **الفصل الثالث**: فتناولت فيه التدفق الإعلامي الدولي، والتبادل الإعلامي الدولي ودورهما في التعاون الدولي وتكوين وجهات النظر، وفاعلية التبادل الإعلامي الدولي من جوانبه الثقافية والتقنية.

بينما تضمن **الفصل الرابع**: عرضاً موجزاً لأكثر النظريات الإعلامية انتشارا في العالم.

أملا أن يكون هذا الجهد العلمي المتواضع خدمة تمد الباحثين وطلاب الصحافة والعلاقات الدولية بالمعلومات عن بعض أوجه التبادل الإعلامي الدولي للاستفادة منها في دراستهم وبحثهم في قضايا الإعلام والاتصال الدولي.

أ.د. محمد البخاري

طشقند ٢٠ تموز/يوليو ١٩٩٧

الفصل الأول
وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية

الصحافة المطبوعة:

تعد الصحف من أقدم وسائل الاتصال والإعلام في العالم على الإطلاق، فقد سبقت منافستيها الإذاعة والتلفزيون بعدة قرون. وللصحف خصائص تميزها عن سواها من وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، فالصحيفة لا تستطيع نقل الأخبار بتلك السرعة التي تنقلها بها الإذاعة، ولا يمكنها نقل وتقريب الواقع كما يفعله التلفزيون، ولكنها تقوم بذلك بشكل متميز جعل من الصحيفة جزءاً لا يتجزأ من حياة الفرد المتعلم في كل أنحاء العالم.

وبداية ظهور الصحف بشكلها المعاصر يعود إلى عام ١٤٥٤م عندما اخترعت الطباعة عن طريق صف الحروف،[1] وخدم هذا الاختراع المركز الرئيسي للسلطة في العالم المسيحي آنذاك، والمتمثل بسلطة الكنيسة. بينما تأخر استخدام هذه الوسيلة الحديثة في طباعة الكتب والنصوص لعدة قرون في العالم الإسلامي بسبب التحريم الديني.

وخدمت المطابع الكنيسة في نشر مواضيع تهم الدين والدنيا، وأصبحت من عوامل الإصلاح الديني في العالم المسيحي خلال الفترة الممتدة مابين القرنين السادس عشر والسابع عشر الميلاديين. ونشرت المطابع روائع كتب القرون الوسطى، وكتب عصر النهضة بنسخ كثيرة،

---

[1] د. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨. ص ٣٦٥ ـ ٣٦٦؛ د. شمس الدين الرفاعي: تاريخ الصحافة السورية، ج١، العهد العثماني. دار المعارف بمصر، القاهرة ١٩٦٩. ص ١٧-٢٤؛ د. أحمد جاد الله شلبي: تاريخ التربية الإسلامية. مطبعة دار الكتب، القاهرة. ص ١٥٠ وما بعدها؛ د. خليل صابات: تاريخ الطباعة في الشرق العربي. ص ٣٤ وما بعدها؛ جرجي زيدان: تاريخ آداب اللغة العربية، ج٤ . مطبعة دار الهلال. ص ١١؛

- William L: Rivers and Wilbur Schramm, Responsibility Mass Communication. New York, Harper & Row, ١٩٦٩. P. ٦.

ووضعتها بمتناول الكثيرين بعد أن كانت حبيسة خزائن الكتب. ونقلت أخبار التجارة والاقتصاد للتجار في كل مكان. ولعل المنشورات مجهولة المصدر والهوية، التي لعبت دوراً كبيراً إبان الثورتين الفرنسية والأمريكية، من أبلغ الأمثلة على الدور الهام الذي لعبته الطباعة في تغيير العلاقات الإنسانية في المجتمع الإنساني المعاصر.

وأصبحت الصحف بالتدريج حارساً للديموقراطية، بإتاحتها الفرصة للمرشح والناخب بالتعرف إلى بعضهما البعض دون اتصال مباشر كما كان في السابق، بل عن طريق انتقال الأفكار المنشورة على صفحاتها. وساعدت الصحف من خلال الإعلانات التي تنشرها على تصريف قدر هائل من السلع المنتجة في المصانع، وإيجاد فرص العمل، وتوفير الأيدي العاملة للباحثين عنها. [٢] وأصبحت المادة المطبوعة من الوسائل الهامة التي يعتمد عليها التعليم في مختلف مراحله.

وجاءت الثورة الصناعية للصحف مع مطلع القرن العشرين بالمطبعة البخارية أولاً، ومن ثم بالمطبعة الكهربائية، مما ساعد على خفض تكاليف طباعتها، وأجور الإعلانات على صفحاتها وزيادة عدد نسخها، مما ساعدها على الانتشار الواسع وتحولها إلى وسيلة اتصال جماهيرية، رخيصة الثمن توزع أعداداً ضخمة من النسخ يعتمد عليها لنشر إعلانات مربحة للمنتج والناشر في آن معاً.

ومن الميزات الهامة الأخرى التي تنفرد بها المادة المطبوعة عن غيرها من وسائل الإعلام الجماهيرية، أنها تسمح للقارئ بالتكيف مع الظروف ومطالعتها في الوقت الملائم له، وإعادة القراءة كلما أراد. إضافة إلى أنها من أفضل الوسائل لمخاطبة الجماعات والشرائح الاجتماعية الصغيرة والمتخصصة على السواء.

الصحافة المسموعة (الراديو):

تعتبر الإذاعة المسموعة من أفضل وسائل الاتصال الجماهيرية قدرة على الوصول للمستمعين في أي مكان بسهولة ويسر متخطية الحواجز الجغرافية والسياسية والثقافية والأمية، لأنها تستطيع مخاطبة الجميع دون تمييز وبغض النظر عن فارق السن ومستوى التعليم، ولا

---

[٢] W. Schramm: One Day In the Wold's Press. pp. ٣ – ٦; Harry Goldstein: " Reading and Listenning Comprehension at Various Controlled Rates " (N.Y.: Teachers College, Columbia University Bureau of Publications, ١٩٤٠).

تحتاج لظروف وأوضاع خاصة للاستماع كما هي الحال بالنسبة للإذاعة المرئية (التلفزيون). حتى أنها أصبحت في بعض المجتمعات المتقدمة نوعاً من الوسائل الإعلامية التي يتعامل معها الإنسان دون اهتمام أو تركيز، كمصدر للترفيه أكثر من أنها مصدراً للمعلومات يحتاج للتركيز والاهتمام.[٣]

ومن الصعب جداً تحديد أصل الاختراعات العلمية التي أدت إلى ظهور الإذاعة المسموعة، التي تعتبر اليوم واحدة من أهم وسائل الإعلام الجماهيرية. ففي الفترة من ١٨٩٠ إلى ١٨٩٤ اكتشف ***برافلي*** **المبادئ الأساسية للمبرق اللاسلكي**، ونجحت تجارب ***ماركوني*** التي أجراها خلال الفترة من ١٨٩٤ وحتى ١٨٩٩ عندما **نجح في إرسال أول برقية لاسلكية عبر بحر المانش.**[٤]

وتطورت الأبحاث العلمية بعد ذلك، حتى استطاع المهندس الفرنسي ***رايموند برايار***، **وزميله الدكتور البلجيكي *روبير فولدا سميث*، من إرسال واستقبال بث إذاعي عن بعد عدة كيلو مترات عام ١٩١٤،** وتوقفت التجارب بعد ذلك بسبب نشوب الحرب العالمية الأولى، إلى أن عادت مرة أخرى إلى دائرة الاهتمام بعد انتهاء الحرب مباشرة.

وبدأت أول البرامج الإذاعية اليومية المنظمة البث من ديترو نيوز في الولايات المتحدة الأمريكية عام ١٩٢٠، وتبعتها بريطانيا التي نظم فيها **دايلي مايل** أول برنامج إذاعي في نفس العام. أما فرنسا فقد نجح **الجنرال فيري** من إرسال أولى البرامج الإذاعية عام ١٩٢١.

وتعتبر العشرينات من القرن العشرين فترة هامة في حياة هذا الاختراع الهام، الذي أخذ بالتطور والتوسع. ورافقه في عام ١٩٢٥ اختراع الحاكي (البيك آب) الكهربائي، وفي عام ١٩٣٤ اختراع التسجيل على الاسطوانات المرنة، وآلة التسجيل المسموعة عام ١٩٤٥، وتمكن الأمريكيان **براتان وباردن** عام ١٩٤٨ من اختراع المذياع، الذي انتشر

---

[٣] P. Lazarsfeld: Radio and the printed Page. (N.Y.: Duell Sloan and Pearce, ١٩٤٠); Lazarsfeld et al: The People's Choice, McPHee, New strategies for Recearch in the Mass Media.(N.Y.: Bureau of Applied Social Research, Columbia University ١٩٥٣); Leo Bogart: the Age of Television. (N.Y.: Frederick Ungar, ١٩٥٦).

[٤] رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية. ترجمة: مرشلي محمد. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ١٩٨٤، ص٨١.

فـي الأوسـاط الشـعبية اعتبـاراً مـن عـام ١٩٥٠ وتبـع هـذا الاختـراع عـام ١٩٥٨ اختـراع اسـطوانة التسـجيل الثنـائي (السـتيريو) التـي نقلـت البـث الإذاعي معها إلى مرحلة جديدة من تطوره.[٥]

الصحافة المرئية (التلفزيون):

بـدأت أولـى التجـارب علـى إرسـال الصـور الثابتـة بـاللونين الأسـود والأبيض عن بعد في منتصف القرن التاسع عشر، وتطور هذا الاختـراع حتى استطاع الألماني ***دي كورن*** من اختـراع الفوتوتلغرافيا عـام ١٩٠٥، وجاء بعده الفرنسي ***إدوارد بلين***، الذي طور الاختراع الأول وأطلق عليـه اسم البيلينوغراف عام ١٩٠٧. واستمرت هذه التجارب بـالتطور مستخدمة وسائل ميكانيكية أولاً ثم راديو كهربائيـة، حتـى توصـل كـلاً من الإنجليزي ***جون لوجي بيارد*** والأمريكي ***س. ف. جنكيس*** إلـى وسيلة إرسـال تستعمل فيها اسطوانة دورانية مثقوبة عام ١٩٢٣.

وقد تكللت التجارب التي جرت خلال الثلاثينات من القرن العشرين بالنجـاح، حيـث بـدأ مركـز أليكسـاندر بـلاس البريطـاني للتلفزيـون بالبـث التلفزيـوني لمـدة سـاعتين يوميـاً عـام ١٩٣٦، وتبعـه المركـز الفرنسـي فـي لاتوريفـال ببـث بـرامج تلفزيونيـة يوميـة عـام ١٩٣٨، وتبعتهمـا الولايـات المتحدة الأمريكيـة فـي العـام التـالي ببث تلفزيـوني لجمهـور كبيـر. وأخـرت الحـرب العالميـة الثانيـة البدايـة الفعليـة لانتشـار البـث التلفزيـوني للجمهـور العـريض حتـى عـامي ١٩٤٥ - ١٩٤٦ أي عقـب انتهـاء الحـرب العالميـة الثانية.

وبدأ في الخمسينات من القرن العشرين الانتقال التدريجي إلى نظـام البث التلفزيوني الملون، وتبعه الانتشار العاصف للبث التلفزيـوني بواسطة الدارات المغلقة، ومحطات التقوية الأرضية، إلى أن انتقل البـث التلفزيـوني عبر الأقمار الصناعية مع تطور غزو الإنسان للفضاء الكوني الذي بدأ فـي نفس الفتـرة تقريبـاً. *ويعتقد أن للتلفزيـون فاعليـة فريـدة لأنـه الوسـيلة التـي تعتمد علـى حاسـتي السمع والبصر في آن معاً. وقد لوحظ أنه يستحوذ علـى الاهتمام الكامل للجمهور، أكثـر من الوسـائل الإعلاميـة الأخـرى*، وخاصـة فـي أوسـاط الأطفـال واليـافعين. وقـد كشـفت بعـض الدراسـات أن الصـغار

---

[٥] نفس المصدر السابق. ص ٨١ - ٨٥.

والكبار على حد سواء يميلون إلى تقبل كل ما يقدمه التلفزيون بدون مناقشة، لأنهم يعتبرونه واقعياً ويعلق في أذهانهم بصورة أفضل.[٦]

والاختلاف بين التلفزيون والراديو، أن التلفزيون يحتاج لحاستي السمع والبصر وانتباهاً لا يستطيع المتفرج معه أن يفعل شيئاً آخر أثناء المشاهدة، في حين أن المستمع للإذاعة يستطيع أثناء استماعه أن يقرأ ويمشي ويعمل ويقود سيارته، أو أن يستلقي مغمضاً عينيه سارحاً في خياله. ومن المزايا التي يتميز بها التلفزيون عن سواه من وسائل الإعلام الجماهيرية:

١- أنه أقرب للاتصال المباشر، ويجمع ما بين الصورة والصوت والحركة والألوان، ويتفوق عن الاتصال المباشر بأنه يكبر الأشياء الصغيرة، ويحرك الأشياء الثابتة.

- ✓ ينقل الأحداث فور حدوثها، وبفارق زمني طفيف.
- ✓ يسمح بأساليب متعددة لتقديم المادة الإعلانية، مما يضاعف من تأثيرها على الجمهور.
- ✓ أصبح وسيلة قوية بين وسائل الإعلام الجماهيرية بعد أن دخل كل بيت، ووفرت له الأقمار الصناعية المنتشرة في الفضاء الكوني انتشاراً عالمياً، مما زاد من فاعلية عملية التبادل الإعلامي والثقافي العالمي، وأصبح وسيلة تقارب بين الشعوب.

وهكذا نرى كيف تغير وضع الإنسان الذي عاش قديماً في مجتمعات صغيرة، محدودة العدد معزولة عن بعضها البعض، يصعب الاتصال فيما بينها. ليأتي القرن العشرين ليغير الوضع تماماً لسببين أساسيين نلخصهما:

- ➢ بنشوب الحرب العالمية الأولى (١٩١٤ - ١٩١٨)، والحرب العالمية الثانية (١٩٣٩ - ١٩٩٤٥)، وما تمخض عنهما من انتقال للقوات العسكرية عبر الدول والقارات. وهذا بحد ذاته ساعد على تطوير وسائل

---

[٦] د. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨. ص ٣٦٨ – ٣٦٩؛ و

- H. Blumer: Movies and Conduct. (N.Y.: the Macmillan Company ١٩٣٣); W. Charters: Motion Pictures and Youth. (N. Y.: Macmillan ١٩٣٣); Doob, Propaganda: Its Psychology and Technique. (N.Y.: Henry, Holt and Company ١٩٣٥)

النقل والمواصلات البرية والبحرية والجوية، ومعها تطورت الطرق البرية والمائية والسكك الحديدية والموانئ البحرية والجوية.

- وانتشار وسائل الاتصال الحديثة، من تلغراف وتلفون وراديو وتلكس وفاكس وحاسبات إلكترونية (كمبيوتر) وبريد إلكتروني، ووسائل الإعلام الجماهيرية، من صحف ومجلات والإذاعتين المرئية والمسموعة. مما " أحدث تغيرات جذرية على تصورات المواطنين في جميع أنحاء العالم، واتسع أفق الأفراد وإطارهم الدلالي بشكل لم يسبق له نظير، بحيث لم يعد بإمكان أحد أن يعزل الناس عن بعضهم البعض عقلياً أو سيكولوجياً، لأن ما يحدث في أي بقعة من بقاع العالم، يترك آثاره على جميع الأجزاء الأخرى من عالم اليوم، فعالم اليوم أضحى قرية الأمس. كما واتسعت تصورات الفرد التقليدي القديم التي كانت تتسم بالبساطة عن واقعه وأصبح عليه أن يجاهد حتى يفهم الأخبار التي تغرقه بها وسائل الإعلام الجماهيرية يومياً عن أحوال الأمم والشعوب الأخرى المختلفة الألوان والعقائد ".[٧]

وخرجت وسائل الإعلام الجماهيرية بالتدريج عن إطارها المحلي لتصبح أداة اتصال وتواصل بين الأمم، لها دوراً مرسوماً ومحدداً في إطار السياسات الخارجية والعلاقات الدولية المعاصرة، وعملية التبادل الإعلامي الدولي. ودخلت ضمن الأدوات والوسائل التي تحقق من خلالها مختلف الدول والمنظمات الدولية والإقليمية والمحلية بعضاً من سياساتها الخارجية.

الصحافة الدولية:

تعمل المؤسسات الصحفية على نشر المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة بغرض الإقناع والتأثير على الأفراد والجماعات داخل المجتمع. وعندما تخرج هذه المؤسسات عن نطاق المحلية وتجتاز وسائلها الإعلامية الجماهيرية الحدود الجغرافية والسياسية للدولة، لنقل تلك المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار لمواطني الدول الأخرى، في سعي منها لخلق نوع من الحوار الثقافي معها، متجاوزة الحواجز اللغوية، تأخذ هذه المؤسسات الصحفية ووسائلها الإعلامية صفة الإعلام الدولي.

[٧] د. جهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨. ص ٣٥٥.

والإعلام الدولي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدول المستقلة، ووسيلة فاعلة من الوسائل التي تحقق بعض أهداف السياسة الخارجية لكل دولة داخل المجتمع الدولي. وتخدم من خلالها المصلحة الوطنية العليا للدولة، وفقاً للحجم والوزن والدور الذي تتمتع به هذه الدولة أو تلك في المعادلات الدولية، وتأثيرها وتأثرها بالأحداث العالمية المستجدة كل يوم. وخاصة عند نشوب أزمات سياسية أم اقتصادية أم عسكرية، أو اضطرابات اجتماعية داخلية تطال تلك الدول، أو الدول المجاورة لها. أو تطال مناطق المصالح الحيوية للدول الكبرى حيث وجدت في أنحاء العالم المختلفة. أو في حال حدوث كوارث طبيعية وأوبئة، أو أخطار تهدد البيئة والحياة على كوكب الأرض.

وللإعلام الدولي دوافع متعددة، تعتمد على المصالح السياسية، والاقتصادية، والعسكرية، والاجتماعية، والثقافية، والإنسانية، بما يتفق والسياسة الخارجية للدولة، وينبع من المصالح الوطنية العليا للدولة، وتعمل من خلال هذا المنظور على التأثير على التفاهم الدولي وعلى عملية الحوار الجارية بين الأمم، وهو الحوار الذي يؤدي إلى خلق تصور معين للدول بعضها عن بعض، مفاده التحول من النظام الثقافي القومي التقليدي المغلق، إلى نظام ثقافي منفتح يعزز التفاهم الدولي ويعمل على تطويره.

وكان لوسائل الإعلام الجماهيرية دوراً أساسياً في هذا التحول بعد التطور الهائل الذي حدث في تقنياتها خلال القرن العشرين. وساعدت تلك الوسائل من خلاله على إحداث تغيير ثقافي واجتماعي واضح، رغم تضارب المصالح الاقتصادية، والسياسية، والصراعات الإيديولوجية المؤثرة في القرار السياسي اللازم لأي تقارب أو حوار دولي.

وظائف الصحافة الدولية:

من الأمور التي تميز البشر عن غيرهم من المخلوقات الحية أنهم قادرون على الاتصال، فالإنسان كان في حاجة دائماً إلى وسيلة تراقب له الظروف المحيطة به، وتحيطه علماً بالأخطار المحدقة به أو الفرص المتاحة له، وسيلة تقوم بنشر الآراء والحقائق وتساعد الجماعة على اتخاذ القرارات، وسيلة تقوم بنشر القرارات التي تتخذها الجماعة على نطاق واسع، ووسيلة تقوم بنقل حكمة وخبرات الأجيال السابقة والتطلعات

السائدة في المجتمع إلى الأجيال الناشئة، ووسيلة ترفه عن الناس وتنسيهم المعاناة والصعوبات التي يواجهونها في حياتهم اليومية.

وقد عهدت القبائل البدائية بتلك المهام إلى الأفراد. فقام بعضهم بوظيفة الحراسة يحيطون القبيلة علماً بالأخطار المحيطة والفرص المتاحة، وأخطار اقتراب قبيلة معادية من أماكن سكناهم ومراعيهم، وتنبههم للاستعداد للدفاع عن الأرواح والأملاك، أو يخبرونهم عن اقتراب قطيع من الحيوانات البرية التي يمكن أن يصطادوا بعضها للطعام والزاد. فيكون هؤلاء الأفراد، القائمون برصد الحياة من حول الجماعة أشبه بمراكز الإنذار المبكر، في حالتي الخطر والأمان.

كذلك عهدت القبيلة إلى بعض الأفراد " مجلس القبيلة " بسلطة اتخاذ القرارات عن احتياجات وأهداف وسياسات القبيلة الداخلية والخارجية، والتأكد من أن تلك القرارات ستنفذ. وكان لابد من وجود رسل يحملون الأوامر والمعلومات من مجلس القبيلة إلى أفراد القبيلة، أو نقل الرسائل والمعلومات إلى القبائل المجاورة. وكذلك كفلت القبيلة لنفسها وسيلة تساعدها على الاحتفاظ بحكمتها وتراثها الثقافي للأجيال القادمة، ووسيلة وأسلوباً لنقل ذلك التراث الثقافي والحكمة إلى الجيل الجديد، فقام الآباء والشيوخ بتعليم الجيل الجديد، أو الأعضاء الجدد في القبيلة عادات القبيلة وتقاليدها. وعلمت الأمهات بناتهن كيف يعددن الطعام، ويحكن الملابس، كما علم الآباء أبناءهم فنون الحرب والصيد والقنص. وتولى وظيفة الترفيه الرواة الذين يحكون الحكايات والقصص عن أمجاد الآباء والأجداد، وما خلفه السلف من تراث ثقافي، وتاريخ القبيلة. وكان المغنون ينشدون الأغاني المحببة، والراقصون يؤدون الرقصات الدينية والفلكلورية في المناسبات المختلفة.[٨]

وبالطبع لم تكن تلك هي جميع مهام الاتصال في القبيلة القديمة، ولكنها كانت أهمها. ومن الغريب أن تلك المهام هي نفس مهام الاتصال في المجتمع الحديث، ولكن بفارق أن تلك المهام تؤدى اليوم بشكل جماهيري واسع جداً، وبأساليب وتقنيات حديثة متطورة بعيدة المدى أحاطت بالكرة الأرضية برمتها وتعدتها إلى الفضاء الكوني. ومع ذلك

---

[٨] Schramm: "Communication Development and the Development Process," in Lucian Pye (ed) Communication and Political Development. (N. J.: Princeton University Press ١٩٦٣).

فنحن مازلنا في حاجة إلى معلومات عن الظروف المحيطة بنا، وتصلنا هذه المعلومات وبسرعة فائقة ودقة كبيرة عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية التي باتت تستخدم أحدث وسائل الاتصال المزودة بأحدث المعدات الإلكترونية والتجهيزات المتطورة باهظة التكاليف، تلك المعلومات التي تساعدنا على اتخاذ القرارات وتنفيذها.

أي أن مهام الاتصال التي وجدت في المجتمعات القديمة هي نفسها الموجودة من حيث المبدأ في المجتمعات الحديثة، والفارق الوحيد أنها أصبحت متعددة ومتشعبة وأكثر دقة اليوم بفضل وسائل الاتصال الحديثة المتطورة التي لم تكن معروفة من قبل. وأصبحت الدولة حالياً أكثر من ذي قبل تشارك عن طريق ممثليها في التأثير على مجرى الحياة الاجتماعية في الداخل والخارج من خلال سياساتها الداخلية والخارجية مستعينة بوسائل الإعلام الجماهيرية، وأصبحت المصالح الوطنية العليا للدولة أكثر تأثيراً في عملية اتخاذ القرارات على الصعيدين الداخلي والخارجي.

ودخلت وسائل الإعلام الجماهيرية القرية والمدينة والتجمعات السكانية أينما كانت، وأصبحت بذلك نظاماً مفتوحاً أمام قوى التغيير التي تأتي من الداخل والخارج في آن معاً، ومعنى هذا أن الوظائف القديمة للإعلام اختلفت في درجتها وحجمها فقط وليس في نوعها. ولكن *لماذا كل هذا الاهتمام بوسائل الإعلام الجماهيرية؟*

والجواب: أن تلك الوسائل أصبحت تصل إلى جمهور واسع غفير. ووسائل الإعلام الجماهيرية التي كانت يوماً ما تصل إلى جمهور محدود وبتأثير محدود، أصبحت اليوم تصل إلى سكان العالم أجمع تقريباً، وتؤثر على آراء الناس وتصرفاتهم وأسلوب حياتهم. فالصحيفة والمجلة والكتاب الذي كان يقرؤه في الماضي عدد محدود من الأفراد، يقرؤه اليوم ملايين البشر، مطبوعاً أم منقولاً عبر البريد الإلكتروني وشبكات الحاسب الآلي المتطورة. والبرنامج الإذاعي الذي كان يسمعه الناس في دائرة محدودة أصبحت تسمعه الملايين من البشر في مناطق متباعدة من العالم، والبرنامج التلفزيوني الذي كان حكراً على منطقة جغرافية محدودة أصبح اليوم في متناول المشاهد عبر قارات العالم. والبريد الإلكتروني والفاكس والتلكس حلت مكان المبرقات التلغرافية القديمة، مما جعل الناس يؤمنون بأن تلك الوسائل قادرة على التأثير على المجتمع وتغييره بشكل أساسي

ليس على الصعيد المحلي وحسب، بل وعلى صعيد العالم برمته. وبرز كإعلام دولي له مكانته وتأثيره ووظائفه.[٩]

وكما كان للإعلام الدولي دوافعه المحددة، كما أشرنا سابقاً، فله وظائف محددة أيضاً يؤديها تنفيذاً للدور الذي تفرده له السياسة الخارجية للدولة، وهي:

١- الاتصال بالأفراد والشرائح الاجتماعية والجماعات والكتل السياسية والمنظمات داخل الدولة التي يمارس نشاطاته الإعلامية داخلها. وتتمثل بالحوار مع القوى المؤثرة في اتخاذ القرار السياسي من شخصيات وأحزاب وكتل برلمانية، سواء أكانت في السلطة أم في المعارضة على السواء، للوصول إلى الحد الأقصى من الفاعلية التي تخدم السياسة الخارجية لبلاده.

وتخضع عملية الاتصال هذه عادة لمعطيات هامة من حيث المواقف من القضايا المطروحة قيد الحوار ومواقف السلطة والمعارضة منها والخط السياسي الرسمي للدولة حيالها. وتتراوح هذه المواقف عادة ما بين المؤيد التام، والمؤيد، والحياد التام، والحياد، والمعارضة التامة، والمعارضة، والعداء التام، والعداوة. ولهذا كان لابد من التحديد الدقيق للموقف السياسي للدولة، والمواقف الأخرى، للعمل على كسب التأييد اللازم لصالح القضايا المطروحة للنقاش، والعمل على زحزحة المواقف السياسية المعلنة للدولة، لصالح تلك القضايا. أو خلق مناخ ملائم للحوار الإيجابي على الأقل.

كما ويجب الأخذ بعين الاعتبار أيضاً طبيعة النظام السياسي السائد في تلك الدولة، ومدى ديمقراطية هذا النظام، وطرق اتخاذ القرارات السياسية في ظل النظام السياسي القائم، ومدى المشاركة الفعلية لكل القوى السياسية الموجودة في اتخاذ تلك القرارات.

لأن الاتصال بالجماهير الشعبية في أي دولة يتم من خلال تلك القوى التي تمثل النخبة المؤثرة،

---

[٩] د. جهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨. ص ٣٥٦ -٣٥٧.

- Alan Hancock: Mass Communication (London, Longmans, ١٩٦٦) pp. ١-٤.

أولاً: بين أصحاب الحق باتخاذ القرارات؛

وثانياً: على الجماهير الشعبية، التي هي بمثابة قوة ضاغطة على أصحاب حق اتخاذ القرار.

ومن هنا نفهم مدى أهمية إلمام خبراء الإعلام، والمخططون للحملات الإعلامية الدولية، بالنظم السياسية للبلدان المستهدفة والقوى المؤثرة فيها: سلطة أم معارضة، ودور كل من تلك القوى في اتخاذ القرارات. لاستخدامها في التخطيط للحملات الإعلامية المؤيدة أو المضادة، آخذين بعين الاعتبار الحقائق الاجتماعية والثقافية التي تساعد على نجاح الحملات الإعلامية الدولية.

٢- الاتصال المباشر بالجماهير الشعبية، عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية ومن خلال النشرات الإعلامية، والمؤتمرات الصحفية، والمقالات، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، والعروض السينمائية والمسرحية، وأفلام الفيديو، وإقامة المعارض الإعلامية، وتشجيع السياحة وتبادل الزيارات، وغيرها من الوسائل التي تتيح أكبر قدر ممكن من الصلات المباشرة مع الجماهير، للوصول إلى تأثير إعلامي أفضل وأكثر فاعلية.

وتأخذ بعض الدول لتحقيق سياستها الخارجية أسلوب مخاطبة الجماعات المؤثرة فقط، توفيراً للنفقات التي تترتب من جراء استخدام أسلوب الاتصال بالجماهير الشعبية العريضة، وتوفيراً للوقت الذي يستغرق مدة أطول من الوقت اللازم عند مخاطبة قطاعات وشرائح اجتماعية متباينة من حيث المصالح والتطلعات، ومستوى التعليم، والثقافة، والاتجاه الفكري. ومزاجية تلك الجماهير العريضة في متابعة القضايا المطروحة، المحصورة في بوتقة اهتمامات شريحة اجتماعية معينة فقط. ولأن أسلوب الاتصال الفعال بالجماهير الشعبية يحتاج أيضاً لإمكانيات كبيرة ووسائل متعددة، تفتقر إليها الدول الأقل نمواً والفقيرة والنامية بينما نراها متوفرة لدى الدول الغنية القادرة من حيث الإمكانيات المادية والتقنية والخبرات الإعلامية، التي تمكنها من استخدام الأسلوبين في آن معاً.

٣- كما ويمثل الإعلام الدولي الدولة أو المنظمة أو الهيئة أو المؤسسة التي ينتمي إليها، سواء أكانت محلية أم إقليمية أم دولية أم متخصصة أم تجارية. كمكاتب الأمم المتحدة ومؤسساتها المتخصصة في العديد من دول العالم، ومكاتب منظمة الوحدة الإفريقية، والجامعة العربية،

والأوبيك، والسوق الأوربية المشتركة، وغيرها من المنظمات والهيئات والمؤسسات الدولية والإقليمية.

ونحن عندما نرى اليوم الدول الغنية تستخدم كل تقنيات وسائل الاتصال الحديثة في خدمة حملاتها الإعلامية الدولية، ومن أبسط صورها القنوات التلفزيونية الفضائية، بعد انتشار استعمال هوائيات استقبال البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في المنازل. وشيوع استخدام شبكات الكمبيوتر حتى من قبل الأفراد، ومن أهم هذه الشبكات، شبكة الحاسب الآلي العالمية " انترنيت " التي تملكها وتديرها الولايات المتحدة الأمريكية، دون منافسة تذكر حتى الآن. نرى الدول النامية تتخبط بمشاكلها الإعلامية، وتعاني من الآثار المترتبة عن التطور التكنولوجي الحديث، والخلل الفاحش في التدفق الإعلامي الدولي أحادي الجانب والتوجه والتأثير.[١٠]

مشاكل الصحافة الدولية:

ورغم الجهود الحثيثة التي بذلتها وتبذلها الدول النامية والفقيرة حتى اليوم، للخروج من المأزق الإعلامي التي تعاني منه، نراها تتخبط بمشاكلها الإعلامية التي تزداد تشعباً وتعقيداً كل يوم، بسبب التطور العلمي والتكنولوجي الهائل في ميدان وسائل الاتصال الحديثة، ووسائل الإعلام الجماهيرية حتى على الصعيد الوطني، ومن أهم هذه المشاكل:

- الخلط بين الوظيفة الإعلامية الدولية، والوظيفة الإعلامية الإقليمية، والوظيفة الإعلامية المحلية، ومتطلبات كل من تلك الوظائف وخصائصها المتميزة.

- الخلط بين السياسات الداخلية والخارجية، الإقليمية والدولية للدولة عند التخطيط للحملات الإعلامية الدولية، والارتباك في تحديد الأولويات.

- ضعف أجهزة وتقنيات المؤسسات الإعلامية الوطنية، وافتقارها للمعدات والتجهيزات المتطورة، والإمكانيات المالية اللازمة للحملات الإعلامية الدولية، أو استخدامها للاعتمادات المالية المتاحة بشكل سيئ، أو بشكل غير فعال في الأغراض المطلوبة، إضافة لسطحية المساعدات

---

[١٠] جواد مرقة: متخذو القرار الإعلامي العربي والمتوسطي والإفريقي. صحيفة الدستور الأردنية ١٩٩٧/٧/١.

الخارجية التي تحصل عليها تلك الدول من الدول الغنية، والمنظمات الدولية المتخصصة.

- النقص الفاضح في الكوادر الإعلامية المتخصصة بالإعلام المحلي والإقليمي والدولي، وندرة أصحاب التخصص الأكاديمي بينهم، مما يؤدي إلى:

- اختيار كوادر غير كفوءة للعمل الإعلامي الدولي، لاعتبارات سياسية في أكثر الأحيان، وهذا بدوره يؤدي إلى:

✓ غياب التنسيق بين المخطط والمنفذ وأجهزة المتابعة، في الحملات الإعلامية الدولية.

✓ ضعف الإلمام بخصائص الجمهور الإعلامي الأجنبي، وعدم وضع أسلوب إعلامي منطقي ملائم ومتطور قادر على إيصال مضمون الرسالة الإعلامية للجمهور المستهدف من الحملة الإعلامية الدولية.

✓ غياب التعاون وحتى التنسيق بين المؤسسات الإعلامية، ومؤسسات التعليم العالي المتخصص ومؤسسات البحث العلمي، فيما يخص إعداد الكوادر الإعلامية الوطنية والبحوث العلمية التطبيقية، وخاصة فيما يتعلق بدراسة راجع الصدى الإعلامي وتأثير المادة الإعلامية، وفاعلية الخطط الإعلامية. والاكتفاء بالبحوث النظرية البحتة التي تتناول الجوانب الوصفية والتاريخية فقط، مبتعدة عن الدراسات التي تتناول جوهر التخطيط، وتحليل مضمون الرسالة الإعلامية، وتقدير راجع الصدى الإعلامي المخطط له وراجع الصدى الفعلي للمادة والوسيلة الإعلامية.

الصحافة الدولية والصراعات الدولية:

يعاني عالم اليوم من صراعات سياسية ومنازعات عسكرية عديدة، وفي مقدمتها القضية الفلسطينية التي مازالت تهدد الأمن والاستقرار في منطقة الشرق الأوسط والعالم منذ أكثر من نصف قرن وأدت إلى عدة حروب مدمرة منذ قيام دولة إسرائيل بموجب قرار الأمم المتحدة رقم ١٨١ عام ١٩٤٧ الذي قضى بإنشاء دولتين عربية وعبرية على أرض فلسطين، التي كانت تحت الانتداب البريطاني آنذاك، وبدأت تلك الحروب بالحرب العربية الإسرائيلية الأولى عام ١٩٤٨ وانتهت باحتلال إسرائيل لقسم من الأراضي المخصصة للدولة العربية في فلسطين وإعلان الهدنة، التي استمرت حتى العدوان الثلاثي الإنكليزي الفرنسي الإسرائيلي على

مصر عام ١٩٥٦ وانتهى بانسحاب القوات المعتدية من قطاع غزة والأراضي المصرية المحتلة. ثم العدوان الإسرائيلي على مصر والأردن وسورية عام ١٩٦٧ الذي انتهى باحتلال الجيش الإسرائيلي لشبه جزيرة سيناء المصرية وقطاع غزة الفلسطيني الذي كان تحت الإدارة المصرية آنذاك، وكامل الضفة الغربية لنهر الأردن الفلسطينية والخاضعة آنذاك للإدارة الأردنية، وهضبة الجولان السورية بعد إعلان وقف إطلاق النار. والحرب العربية الإسرائيلية عام ١٩٧٣ التي خاضتها مصر وسورية مدعومة من بعض جيوش الدول العربية لتحرير الأراضي العربية من الاحتلال الإسرائيلي، وانتهت باحتلال إسرائيل لمزيد من الأراضي المصرية والسورية. لتعقبها المعركة السياسية من أجل تحقيق السلام في الشرق الأوسط، والتي تكللت بتوقيع أول معاهدة سلام بين إسرائيل والعرب، وهي المعاهدة الإسرائيلية المصرية المعروفة بمعاهدة كمب ديفيد، التي صمدت رغم الاجتياح الإسرائيلي للأراضي اللبنانية عام ١٩٨٢ واحتلالها المستمر لجزء من أراضيه. وبدأت عام ١٩٩١ المسيرة السلمية الشاملة في الشرق الأوسط عندما انعقد مؤتمر مدريد الدولي لحل قضية الشرق الأوسط بمشاركة جميع الأطراف المعنية، وأطراف دولية أخرى برعاية الولايات المتحدة الأمريكية وروسيا، وما أعقبها من اتفاقيات سلام بين منظمة التحرير الفلسطينية وإسرائيل، ومعاهدة السلام الأردنية إسرائيلية، لتصطدم الجهود السلمية مرة أخرى بالتعنت الإسرائيلي الذي يحول دون التوصل لسلام عادل ودائم في الشرق الأوسط.

ومن بؤر الصراع الخطيرة الأخرى في العالم، الصراع الباكستاني الهندي على مقاطعة كشمير الحدودية المتنازع عليها بين الطرفين والذي يهدد بالانفجار في أي وقت كان خاصة بعد سلسلة التجارب النووية التي نفذتها الدولتين في أيار/ مايو ١٩٩٨، معلنة عن مرحلة جديدة في إطار سباق التسلح الجاري في القارة الآسيوية. والحرب الأهلية الدامية والمدمرة في أفغانستان، التي بدأت عام ١٩٧٩ ضد التدخل العسكري السوفييتي في الشؤون الداخلية لأفغانستان، وتحولها بعد ذلك إلى حرب عرقية ودينية إثر انسحاب القوات السوفييتية من أفغانستان، تلك الحرب التي تهدد أمن واستقرار الدول المجاورة لها، وخاصة الدول المستقلة حديثاً بعد انهيار الاتحاد السوفييتي السابق، أوزبكستان وطاجكيستان وتركمانستان، وقازاقستان، وقرغيزستان.

إضافة لمناطق التوتر الجديدة التي ظهرت بعد انهيار الاتحاد السوفييتي والمنظومة الاشتراكية، كالصراع في قره باغ والذي أدى لاحتلال أرمينيا لأجزاء من الأراضي الأذربيجانية، والصراع الدائر في الشيشان بين روسيا الاتحادية والمطالبين باستقلال جمهورية إشكيريا، والصراع في أجاريا وأبخازيا للمطالبة بالاستقلال عن جورجيا، وآثار الحرب الأهلية في طاجكستان، والصراع بين البوسنيين، والصرب، والكروات وألبان كوسوفو، فيما كان يعرف سابقاً بيوغسلافيا الاتحادية، والوضع الشاذ في ألبانيا عندما انهارت وبسهولة، أجهزة وبنى الدولة العسكرية والسياسية.

والصراعات الكامنة الأخرى بين الكوريتين الشمالية والجنوبية، والحرب الأهلية في الصومال وجنوب السودان، والخلافات الحدودية الإرترية اليمنية، والإرترية الإثيوبية، والوضع المتوتر في منطقة الخليج العربي بعد استيلاء إيران من جانب واحد على بعض الجزر التابعة لدولة الإمارات العربية المتحدة، والحروب التي دارت في المنطقة، وأولها الحرب العراقية الإيرانية، وحرب تحرير دولة الكويت بعد اجتياح العراق لأراضيها عام ١٩٩٠، وغيرها من بؤر التوتر الكثيرة في آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية، وهي بمعظمها من التركة الثقيلة للاستعمار الأوروبي الطويل في تلك المناطق.

وقد بينت السوابق التاريخية أن لكل صراع أبعاداً داخلية، وأبعاداً إقليمية، وأبعاداً دولية، وعناصر قوى يجب مراعاة التفاعل بينها، وتأثير هذا التفاعل على تطور الصراع بشكل عام، بقصد التعامل مع هذا الصراع ومعالجته بالشكل المناسب، وهذا لا يمنع وجود عناصر مشتركة بين الصراعات المختلفة، يمكن الاستفادة منها عند معالجة تلك الصراعات أو التعامل معها.[١١]

وتعتمد النتائج النهائية لأي صراع من الصراعات، على عناصر القوى المتوفرة لدى كل طرف من أطرافه، وتضم هذه العناصر القوى العسكرية، والمعلوماتية، والتكنولوجية، والإمكانيات الاقتصادية، والسياسية، والبشرية، والحالة المعنوية للقوى البشرية. كما وتعتمد على مسائل أخرى كعنصر المفاجأة، وتطوير الإستراتيجية والتكتيك، واللجوء

---

[١١] د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠، ص١٨.

إلى أساليب جديدة غير معروفة من قبل، مما يجعل عملية التنبؤ بنتائج الصراع صعبة جداً، وفي بعض الأحيان غير مجدية. إضافة للإمكانيات الذاتية للأشخاص القائمين على إدارة الصراع، ومدى توفر المعلومات لديهم، والتقنيات والأدوات الحديثة التي يستخدمونها في الصراع. فصانع القرار في عملية الصراع يبني قراره على معطيات ملموسة أولاً، وعناصر غير ملموسة تشمل الخصائص النفسية والحالة المعنوية للخصم ثانياً.

وتقتضي معالجة الصراع الاعتماد على العقلانية وبعد النظر، واستبعاد العواطف والانفعالات. لأن عملية معالجة أي صراع هي عملية معقدة وشاقة، ونابعة أساساً من عناصر القوى المشاركة فعلاً في الصراع من الجانبين، ومبنية على الحسابات الدقيقة والخطط الموضوعة، والمستخدمة فعلاً من قبل طرفي الصراع.

وتتنوع أدوات الصراع، عندما تقتضي ظروف الصراع اللجوء إلى التهديد باستخدام، أو استخدام القوة العسكرية تارة، أو القوة الاقتصادية تارة أخرى، أو إلى العمل السياسي والدبلوماسية الهادئة في حالات أخرى، أو قد يلجأ الجانبان المتصارعان إلى استخدام القوة العسكرية، والاقتصادية، والسياسية، والدبلوماسية في آن معاً، مستخدمين المرونة في تكتيك إدارة الصراع وفقاً لطبيعة الظروف المتبدلة محلياً وإقليمياً ودولياً.

ويبقى دور وسائل الإعلام الجماهيرية في عملية الصراع متمثلاً بتعبئة الرأي العام المحلي والعالمي حول وجهة النظر الرسمية للدولة من الصراع الدائر، وشرحها، وتغطية أخبار أهم أحداثها تباعاً. وشرح وتحليل أبعاد هذا الصراع وأسبابه، مع مراعاة أن يأخذ خبراء الإعلام والصحفيون بعين الاعتبار، خصائص الجمهور الإعلامي المخاطب ثقافياً وسياسياً وتاريخياً، ومدى تعاطفه مع وجهة النظر الرسمية للدولة المعنية في هذا الصراع، واختيار اللغة المناسبة للرسالة الإعلامية لتصل إلى أقصى حد ممكن من التأثير والفاعلية. لأن سلاح الإعلام في أي صراع كان لا يقل أهمية عن القوة العسكرية والاقتصادية، وهو الوسيلة الناجعة لرفع معنويات القوى البشرية في الدولة المعنية، وتحطيم الروح المعنوية للخصم في الصراع الدائر، والإعلام الناجح هو السند القوي في الكفاح على الجبهة السياسية والعمل الدبلوماسي الهادئ والرصين والمنطقي.

الفصل الثاني

التبادل الإعلامي الدولي في إطار العلاقات الدولية

الصحافة الدولية في إطار السياسة الخارجية للدولة:

لوسائل الإعلام الجماهيرية الدولية مهام مختلفة في إطار العلاقات الدولية، من خلال اضطلاعها بدورها ضمن إطار السياسة الخارجية للدولة. ويمكن القول بأن السياسة الخارجية لأي دولة هي نتاج لعدة عوامل مشتركة، داخلية وإقليمية ودولية. وتتناول العوامل الداخلية إضافة للتركيبة

السياسية، التراث الثقافي والتاريخي والفكري، والأوضاع الاجتماعية والسكانية، والإمكانيات الاقتصادية والعسكرية.[١٢]

وترتبط العوامل الإقليمية، بالنظام الإقليمي السائد في الإقليم الذي تنتمي إليه هذه الدولة، ومدى تأثر السياسة الخارجية للدولة بهذا النظام، وتفاعل عناصر القوى داخل الإقليم، وعلاقة النظام الإقليمي بالنظام العالمي. كأقاليم جنوب شرق آسيا، وآسيا المركزية، والعالم العربي، وحوض البحر الأبيض المتوسط، وحوض الكاريبي، وغيرها من الأقاليم. أما العوامل القارية فترتبط بتفاعل عناصر القوى على مستوى القارة بكاملها، والأنظمة السائدة فيها وإمكانية تأثيرها على السياسة الدولية كما هي الحال في الاتحاد الأوروبي ومنظمة الاتحاد الإفريقي.

وتتناول العوامل الدولية، النظام الدولي وخصائصه، وتطوره وأبعاده، والعلاقة بين الدول الكبيرة والدول الصغيرة، والدول الغنية والدول الفقيرة، وعناصر قوى الأطراف المختلفة ومدى تأثيرها على السياسات الخارجية لدول العالم. واعتماداً على كل تلك الحقائق يتم رسم وتشكيل السياسة الخارجية للدولة formation of foreign policy من قبل أجهزة رسم السياسة الخارجية للدولة، وكثيراً ما تكون هناك مؤسسات رسمية وأخرى غير رسمية، وكثيراً ما يفوق دور المؤسسات غير الرسمية على دور المؤسسات الرسمية، وإن كان ذلك يختلف باختلاف النظم السياسية ودرجة التطور في مختلف دول العالم.

ويلاحظ أن السياسة الخارجية الحديثة، لم تعد تعتمد على فرد، بل أصبحت تعتمد على فريق عمل متكامل، مزود بأحدث تقنيات الاتصال التي تمكنه من الوقوف على تطور الأحداث فور وقوعها، مما أفسح المجال لصاحب القرار في مجال السياسة الخارجية، ليعتمد على فريق عمل من المستشارين المتخصصين في تخصصات متنوعة، فتعرض عليهم الموضوعات التي تدخل ضمن إطار تخصصاتهم، وفي بعض الأحيان يعرض الموضوع الواحد على أكثر من مستشار بتخصصات متعددة لها علاقة بالموضوع قيد البحث، وبناءً على ذلك توضع عدة بدائل Alternatives تعالج موضوع واحد مع شرح للمساوئ والمحاسن التي

---

[١٢] W. Phillips Davison: International Political Communication. New York. Fredrick A. Paeger. ١٩٦٥, pp. ٣-١٠.

ترجح كل بديل عن غيره، تاركين القرار لصاحب الحق في اتخاذ القرار في مجال السياسة الخارجية للدولة.

ورغم اعتماد السياسة الخارجية للدولة على الدراسة والأساليب والمناهج العلمية الحديثة المتطورة والمنطقية في اتخاذ القرار، إلا أن هذا لم ينفي دور المؤسسات الديمقراطية من برلمان وأحزاب وتجمعات سياسية ومهنية، واستفتاء شعبي، لإضفاء الشرعية على قرار معين في السياسة الخارجية للدولة.

وكثيراً ما تكون هناك سياسة خارجية معلنة للدولة Declaratory policy وسياسة فعلية غير معلنة Action policy ولظروف معينة قد تختلف السياسة المعلنة عن السياسة الفعلية غير المعلنة، وقد يعلن عن السياسة الفعلية بعد زوال الظروف التي حالت دون إعلانها.

وتدخل السياسة الخارجية للدولة Implementation of foreign policy حيز التنفيذ فور اعتمادها، بإتباع كل الوسائل المتاحة سياسياً واقتصاديا وعسكرياً وإعلامياً واجتماعياً وثقافياً، ويدخل في إطار الوسائل السياسية التمثيل الدبلوماسي المعتمد، والمقابلات والزيارات الرسمية، والمعاهدات، ودبلوماسية القمة التي يلجأ إليها في المسائل الملحة والهامة والمصيرية. ويساعد على ذلك اليوم التطور الهائل في وسائل المواصلات والاتصالات التي قصرت المسافات بين الدول، ووفرت الوقت والجهد. فانتقال صورة وثيقة رسمية عبر الأقمار الصناعية من جهاز فاكس موضوع في القارة الأمريكية إلى جهاز مماثل له موضوع في آسيا المركزية مثلاً يستغرق دقائق لا أكثر، وعبر شبكات الكمبيوتر ثوان لا أكثر مع إمكانية تخزين وتعديل واسترجاع وطباعة المعلومات المرسلة والمستقبلة مرات ومرات عبر شبكات الحاسب الآلي التي تتيح خدمات البريد الإلكتروني أيضاً.

ومن الوسائل المتبعة في تنفيذ السياسة الخارجية للدولة، اتفاقيات التعاون الاقتصادي والمالي، وتنمية العلاقات الاقتصادية والتجارة الخارجية، وتقديم الهبات والمساعدات والقروض، وإقامة المشروعات الاقتصادية المشتركة، وإرسال الخبراء الاقتصاديين. وهو ما يسمى بدبلوماسية المساعدات الاقتصادية لتحقيق أغراض سياسية معينة.

وهنا أيضاً يبرز دور شبكة الانترنيت العالمية، بعد أن تطور مفهوم التجارة الإلكترونية، Electronic Commerce وظهور هذا المصطلح في

قاموس التجارة الخارجية، في نفس الوقت مع التقدم الهائل في تكنولوجيا الاتصال، وما رافقها من تطورات هامة تؤثر على عمليات التبادل الإعلامي الدولي، والتبادل التجاري وتبادل السلع والخدمات بين الدول المختلفة.

وينطوي مفهوم التجارة الإلكترونية Electronic Commerce على أي نوع من أشكال التعاملات التجارية التي تتم إلكترونيا عبر شبكة المعلومات الدولية (انترنيت) وتتم هذه التعاملات بين الشركات بعضها البعض، أو بين الشركات وعملائها، أو بين الشركات والإدارات المحلية.

وبهذا يمكن للتجارة الإلكترونية أن تقوم بوظائف عديدة في عمليات التبادل الإعلامي التجاري الدولي. من بينها الإعلان والتسويق والمفاوضات وتسوية المدفوعات والحسابات، ومنح الامتيازات والتراخيص، وإعطاء أوامر البيع والشراء. ولهذا بدأت الشركات الكبرى في العالم بتأسيس مواقع خاصة لها على شبكة الانترنيت، التي بدأ يتزايد عدد مستخدميها ليصل إلى أكثر من خمسين مليون مشترك من كافة أنحاء العالم. وتشير إحصائيات نهاية تسعينات القرن العشرين إلى أن حوالي ٢٠ % من حجم الصفقات التجارية في الولايات المتحدة الأمريكية، وحوالي ١٠ % منها في أوروبا تم من خلال التجارة الإلكترونية. ويتوقع أن تزيد هذه النسبة في الفترة المقبلة. هذا وتتيح التجارة الإلكترونية العديد من المزايا من شأنها تسهيل عمليات التبادل الإعلامي التجاري الدولي، وإتاحة المزيد من الاختيارات أمام المستهلك، وتخفيض الوقت والتكلفة لكل من المستهلك والمنتج، واتساع دائرة التسويق من السوق المحلي إلى السوق العالمي، وسهولة النفاذ إلى الأسواق الجديدة.

وتؤدي هذه المزايا التي تتمتع بها التجارة الإلكترونية إلى تغييرات جوهرية في طبيعة وأساليب قيام عملية التبادل الإعلامي الدولي لأنها تعمل على تحقيق ثلاثة عناصر رئيسية تتمثل في الكفاءة من خلال تخفيض التكاليف في مراحل عديدة من بينها تكلفة الإعلان والتصميم والتصنيع، والفعالية من خلال توسيع نطاق السوق وتلبية احتياجات المستهلك، والابتكار وتحسين نوعية المنتج وذلك في ظل المنافسة الشديدة وتوافر المعلومات.[١٣]

---

[١٣] إيهاب السوقي: الأبعاد الاقتصادية للتقدم التكنولوجي على أداء التجارة الخارجية. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٢٩، مؤسسة الأهرام ، القاهرة يوليو ١٩٩٧. ص ٢١٣.

أما الوسائل العسكرية في تنفيذ السياسة الخارجية للدولة، فتكون بالتهديد أو التلويح باستخدامها، أو استخدامها الكلي أو المحدود في بعض الأحيان، وسياسة تقديم المساعدات العسكرية، وإمدادات العتاد والسلاح بأنواعه المختلفة لتحقيق أهداف سياسية معينة. واتفاقيات التعاون العسكري، والدخول في عضوية الأحلاف العسكرية. وتبادل المعلومات لاستخدامها في الحروب المعلوماتية في ظل الثورة التكنولوجية، التي أحدثتها تكنولوجيا الاتصال المتطورة.

غير أن التحليل الدقيق لمفهوم الثورة التكنولوجية يظهر أن ظاهرة حرب المعلومات ليست قاصرة على الجوانب التقنية المعقدة لنظم الاتصال والحاسبات الإلكترونية (الكمبيوتر) الحديثة المستخدمة في إدارة العمليات الحربية، بل تتعدى ذلك لتشمل طبيعة الحرب نفسها مع قدوم عصر المعلومات والتحولات الاقتصادية والاجتماعية الذي أفرزها. فقد واكب الاهتمام المتزايد بحرب المعلومات داخل أروقة البنتاغون الأمريكي إدراكاً متنامياً في أوساط المفكرين ورجال الأعمال بمدى عمق التحولات التي تشهدها مجالات السياسة والاقتصاد وأنماط التفاعل الاجتماعي، والتي تتمثل في السمة المشتركة بينها في زيادة الاعتماد على جمع وتحليل كم هائل من المعلومات للتعامل مع درجة التعقيد التي وصلت إليها البيئة الإنسانية والتكنولوجية في نهاية القرن العشرين، والتي بلا شك ستكون السمة الغالبة التي ستميز القرن القادم.

هذا الاتجاه نحو التعقيد استمر في التأثير على حركة التطور، إلى أن أصبحت وظيفة تحليل المعلومات تفوق في أهميتها الوظائف التقليدية التي ميزت العصر الصناعي. وهي ظاهرة برزت بوضوح في تحول اقتصاديات بأكملها من نمط صناعي يعتمد على الإنتاج الشامل إلى اقتصاد المعلومات تدار فيه عمليات الإنتاج والتجارة عن طريق شبكات الاتصال وتبادل وتحليل المعلومات إلكترونياً.[١٤]

---

[١٤] كريم حجاج: حرب المعلومات وتطور المذهب العسكري الأمريكي. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٢٣، مؤسسة الأهرام، القاهرة يناير ١٩٩٦. ص ١٢٢؛ و

- Peter Drucker: The New Realities: In Government and Politics, In Economics and Business, In Society and World View (New York: Harper & Row Publishers, ١٩٨٩), Scott Lash., John Urry. The End of Organized Capitalism (Cambridge: Polity Press, ١٩٩٣).

وتشتمل الجوانب الإعلامية والثقافية والعلمية والاجتماعية في إطار تنفيذ السياسة الخارجية للدولة، إضافة لاتفاقيات التعاون المشترك، على تبادل المواد الإعلامية والأفلام التسجيلية وأفلام الفيديو والكتب والمعارض، وتدعيم التعاون بين المؤسسات الإعلامية والاجتماعية والثقافية والتعليمية ومراكز البحث العلمي، وتبادل المنح الدراسية، وتشجيع الدبلوماسية الشعبية وتبادل الزيارات والوفود والمجموعات السياحية.

ويعد التبادل الإعلامي الدولي من الوسائل الفعالة لتنفيذ السياسة الخارجية للدولة، يمارسها الجميع من رئيس الدولة إلى أصغر المناصب الإدارية في الدولة كل في اختصاصه. ووسائل الإعلام الجماهيرية الموجهة للخارج تسعى لتحقيق أهداف السياسة الخارجية للدولة من خلال المؤسسات الإعلامية المختصة بالإعلام الخارجي، كما وتقوم البعثات الدبلوماسية المعتمدة، بوظيفة إعلامية بشكل مباشر أو غير مباشر، من خلال إصدارها للنشرات الإعلامية، أو ما تتناقله وكالات الأنباء العالمية من تصريحات، أو ما تنشره الإذاعات المسموعة والمرئية والصحف والمجلات واسعة الانتشار، التي أصبحت بمتناول الجميع بسبب التطور العلمي والتقني الهائل الذي حدث خلال التسعينات من القرن العشرين، والذي سمح باستقبال البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، ومطالعة الصحف من خلال شبكات الاتصال الإلكترونية (الكمبيوتر) وخاصة شبكة الانترنيت العالمية. ومن لا يعرف اليوم وكالات الأنباء العالمية ومحطات الإذاعة والتلفزيون العالمية الأمريكية والفرنسية والبريطانية، الموجهة إلى جميع دول العالم تقريباً وبأكثر اللغات العالمية انتشاراً، كالإنكليزية والفرنسية والإسبانية والعربية والصينية والروسية والبرتغالية والفارسية والألمانية وغيرها من اللغات الحية.

والتبادل الإعلامي الدولي يعكس أساساً الأوضاع القائمة من ثقافية وعلمية وسياسية وعسكرية واقتصادية واجتماعية، ولكن لا يمكن هنا التقليل من أهمية وإمكانيات الإعلام الموجه، وتأثيره وفعاليته من خلال التخطيط المحكم للحملات الإعلامية، وتكتيكات وأساليب عمله، ومتابعته ورصده للإحداث وشرحها وتحليلها، ومراعاته لخصائص المستقبل المحلي والأجنبي للرسائل والمواد الإعلامية.

ويتمتع الإعلام الدولي بأهمية خاصة كوسيلة من وسائل تنفيذ السياسة الخارجية للدول الكبرى والغنية، تتناسب وحجم مصالح هذه الدول على الصعيد الدولي، وتعاظم دورها وتأثيرها في السياسة على الساحة الدولية، فهي تعمل من خلال وسائل الإعلام المتطورة التي تملكها، وتوجهها إلى تحقيق أهداف سياستها الخارجية وحماية مصالحها في الخارج.

ومن نظرة موضوعية في الوظيفة الإعلامية، فإننا لا نستطيع الفصل بين الإعلام الداخلي والإعلام الخارجي، لأنهما عملياً يكملان بعضهما البعض ويقومان بعمل واحد يخدم السياستين الداخلية والخارجية للدولة ويدعم من مواقفها على الصعيدين الداخلي والخارجي. وتخطئ الدولة التي تدعم الإعلام الداخلي على حساب الإعلام الخارجي، أو بالعكس، لأن هذا يضر بمصالح هذه الدولة على الصعيد العالمي ويفسح المجال واسعاً أمام وكالات الأنباء ووسائل الإعلام العالمية، للإضرار بسياسة تلك الدولة وتشويه سمعتها أمام الرأي العام العالمي والإقليمي وحتى المحلي، أو الإقلال من أهميتها في المجتمع الدولي. أو على الأقل التعريف بتلك الدولة من خلال وجهات نظر تلك الوكالات والوسائل الإعلامية الأجنبية التي لا تتطابق والمصالح القومية للدولة المعنية، حتى وعلى الصعيد الداخلي في تلك الدولة بعد انهيار الحواجز الجغرافية واللغوية والزمنية أمام وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة والمتطورة.

وكلما أمسكت وسائل الإعلام الوطنية الموجهة للخارج بزمام المبادرة، والسرعة في الحركة، وتمشت مع التطور العلمي والتقني. كلما كانت أكثر فاعلية وتأثيراً وخدمة لأهداف السياسة الخارجية للدولة. ولكن هذا يخضع لعدة مؤثرات أخرى يدخل ضمنها الإعلام المضاد، والخلفية الثقافية للمستقبل الأجنبي، التي تحدد مدى راجع صدى المادة الإعلامية الموجهة للمستقبل الأجنبي.

وطبيعي أن أية حملة إعلامية مهما بلغت من الدقة في الإعداد والتوجيه لتحقيق أهداف معينة، فإنها قد تحقق جزءاً من تلك الأهداف أو كلها حسب ظروف المستقبل الأجنبي audience ، ومدى تعاطفه وردة فعله على مضمون المادة الإعلامية، لأن الإنسان بحد ذاته يشكل جملة أحاسيس ومشاعر ومعتقدات وأفكار، وليس آلة يمكن توجيهها حيث يشاء صاحب المادة الإعلامية الموجهة، وتتحكم بردة فعله من المادة الإعلامية

جملة مؤثرات داخلية وخارجية، وعلى الخبير الإعلامي السعي لمعرفتها والاستجابة لها، عند الإعداد لأية حملة إعلامية أو عند إعداد أية مادة إعلامية للمتلقي الأجنبي.

ومن العوامل الأخرى التي تحد من فعالية وتأثير الإعلام الوطني الموجه للخارج، التأخر في نشر المادة الإعلامية، أو نشرها بعد فوات الأوان، أو مواجهته لإعلام مضاد قوي يستند على حقائق تاريخية وثقافية ولغوية، ومنطق إعلامي مقبول لدى المستقبل الأجنبي، من المنطق الذي تخاطبه به وسائل الإعلام الوطنية الموجهة للخارج. إضافة للإمكانيات المادية الكبيرة التي يحتاجها نجاح الإعلام الخارجي الموجه في الدول الصغيرة والفقيرة، مما يجعلها عاجزة أمام الإعلام الموجه للدول الكبيرة والمتطورة والغنية، وهو ما يفسر نجاح الحملات الإعلامية لتلك الدول بغض النظر عن الموضوعية والمنطق والحجج التي يلجأ إليها إعلام تلك الدول.[١٥]

التبادل الإعلامي الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية:

يعد التبادل الإعلامي وظيفة من وظائف المنظمات الدولية، وتختلف هذه الوظيفة باختلاف طبيعة عمل تلك المنظمات وأنشطتها ووظائفها في المجتمع الدولي. كما وتعتبر المداولات الجارية في المؤتمرات واللقاءات الدولية التي تدعو لها تلك المنظمات على مختلف الأصعدة والمستويات، والمواد الإعلامية التي تصدرها من تقارير ومعلومات وكتب ومجلات ونشرات إحصائية وإعلامية وأفلام وأشرطة فيديو وأسطوانات مدمجة ومراسلات إعلاماً دولياً، يجد طريقه للنشر جزئياً أو بالكامل في وسائل الإعلام الجماهيرية للعديد من دول العالم. كما وتستفيد الدول الصغيرة والفقيرة التي لا تملك إعلاماً خارجياً، من منابر تلك المنظمات لتوجيه بيانات ومذكرات تجد طريقها في أكثر الأحيان للنشر في وسائل الإعلام الدولية المختلفة.

ومشاكل التبادل الإعلامي الدولي والاتصال والتدفق الحر للمعلومات، والتعاون السلمي بين الشعوب، كانت ولم تزل من أولى

[١٥] Colin Cherry: World Communication, Threat or Promise. A sociotechnical Approach, London, Wiley-Interscience. ١٩٧١. pp.٥٧-١٠٢.

- د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، ١٩٩٠، ص ٣١.

المشاكل التي تصدت لها منظمة الأمم المتحدة منذ تأسيسها، عقب الحرب العالمية الثانية. حيث أصدرت العديد من المبادرات ودعت لانعقاد العديد من المؤتمرات واللقاءات الدولية لبحث مشاكل التبادل الإعلامي الدولي، وأصدرت الكثير من التقارير والوثائق الدولية حول هذا الموضوع.[١٦]

وكان لمنظمة الأمم المتحدة دوراً كبيراً في تقديم المساعدة للدول الفقيرة لإنشاء وسائل إعلامها الوطنية. وبحثت الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة العديد من المسائل التي مازالت تعتبر من المشاكل الرئيسية للتبادل الإعلامي الدولي، ومنها تعريف حرية الإعلام Freedom of Information والحقوق المترتبة عن حرية الإعلام وطرق تنفيذها على الصعيد الدولي، هذه المشكلة المدرجة على جدول أعمال منظمة الأمم المتحدة منذ سنوات قيامها الأولى، والتدفق الحر للإعلام، والتغلب على الحواجز المعيقة للاتصال المفتوح والتبادل الإعلامي الدولي، ومن ضمنها تحديد موجات الإرسال الإذاعي والتلفزيوني. ووافقت على بعض الاتفاقيات الخاصة بالحقوق المدنية والسياسية وحرية التعبير، وتنظيم وضع المراسلين الأجانب في البلدان المضيفة، ولاسيما أثناء الأزمات حيث يعتمد وضعهم على حسن نية وتفهم الدول والأفراد فيها.

ويستنكر ميثاق منظمة الأمم المتحدة التحريض على الحرب، والتهيئة النفسية والدعاية لها. ووفقاً لأحكام القانون الدولي: فإن التخطيط للحرب والإعداد لها وإعلانها، جريمة ترتكب بحق البشرية وتهدد الأمن والسلام العالميين. ويدخل في هذا الإطار الأنشطة الدعائية التي تمهد للعدوان، ونشر الكراهية ضد الشعوب الأخرى، ونشر المعلومات الكاذبة والمشوهة لتبرير نوايا عدوانية مبيتة. ووافقت الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة على قرار في تشرين ثاني/ نوفمبر عام ١٩٧٤ يدين كافة أشكال الدعاية التي تهدد الأمن والسلام، ويطالب الدول الأعضاء في منظمة الأمم المتحدة باتخاذ كل الوسائل الكفيلة بمقاومتها في بلادهم.

وفي إطار الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة تم بحث مشروع النظام الدولي لأخلاقيات العمل الصحفي:

---

[١٦] Bogdan Osolnik: Some Problems Concerning International Communication from the View Point of Implementing the Principles of the Charter of the U.N. and the Declaration of Human Rights, Symposium Ljubljana ١٩٦٨, Mass Media and International Understanding. School of Sociology, Political Scince and Journalism. Ljubljana. ١٩٦٨, pp. ٧-١٥.

International Code of Ethics for Information Personnel

وبحثت المشاكل المتعلقة بأخلاقيات الدعاية والإعلان التجاري،" وإذا كانت هذه الوظيفة لا غنى عنها، فإنها تعد عامل إزعاج للمستهلكين، ويراها البعض خطراً على التطور الثقافي للبشرية، ولها مدلولات دولية، فهي قد تعني فرض أساليب وقيم ومعتقدات لدولة معينة على دولة أو دول أخرى، دون الأخذ في الاعتبار مراحل التطور وظروفه في تلك الدول، وهو ما يثبته الاستهلاك المفرط، ومحاكاة الدول المتقدمة، دون تقدير للظروف والأولويات ومراحل التنمية المختلفة في الدول النامية".[١٧]

كما وتقوم منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو)، في إطار تسهيل التبادل الإعلامي الدولي، بتطوير كل أشكال التعاون الثقافي والعلمي والتربوي والإعلامي، إسهاماً في تعزيز التعاون السلمي بين دول العالم.

وقد بحثت الجمعية العامة لمنظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (UNESCO) موضوع التدفق الحر للمعلومات، وأصدرت في ٤ من تشرين ثاني/نوفمبر عام ١٩٦٦ إعلان المبادئ الدولي:

Declaration on the Principles of International Cooperation

الذي نصت المادة السابعة منه على:[١٨]

"Broad dissemination of Ideas and Knowledge based on the free exchange and discussion is essential to creative activity, the pursuit of truth and the development of the personality. In Cultural cooperation, stress should be laid on ideas and values conducive to the creation of a climate of Friendship and peace. Any mark of hostility in attitudes and be expression of opinion should be avoided. Every effort should made in presenting and disseminating information to ensure itsauthenticity".

"إن الانتشار الواسع للأفكار والمعرفة المبني على تبادلها ومناقشتها بحرية، يعد أمراً ضرورياً للنشاط الخلاق والبحث عن الصدق وتطور الشخصية. وفيما يتعلق بالتعاون الثقافي فينبغي التأكيد على أفكار وقيم تساعد على إقامة الصداقة والسلام، ويجب تجنب أي إشارة عداء في

---

[١٧] د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠، ص ٣٥.

[١٨] نفس المصدر السابق. ص ٣٥ - ٣٦.

المواقف والتعبير عن الرأي، ويجب بذل كل جهد في سبيل تقديم المعلومات ونشرها حتى يتأكد صدقها".

وهذا إن فسر شيئاً، فهو يفسر وجود خطر فعلي تعاني منه الدول الصغيرة والفقيرة، يتمثل في التغلغل الثقافي والسياسي والإعلامي للدول الكبرى في تلك الدول، هذا الخطر الذي قد يتحول إلى تهديد مصيري لتلك الشعوب فيما لو أستغل هذا الخلل في عملية التبادل الإعلامي الدولي وأسيء استعماله لصالح تلك الدول القادرة إعلامياً، والتي تملك مؤسسات ووسائل إعلامية واسعة الانتشار في العالم.

ومنظمة الأمم المتحدة بالإضافة إلى تناولها لمشاكل التبادل الإعلامي الدولي بحثاً عن حلول ملائمة لها، فإنها تقوم بوظائف إعلامية محددة، من خلال نشر مطبوعاتها المختلفة باللغات الرسمية المستخدمة في هذه المنظمة، على نطاق واسع. كما وأنشأت منظمة الأمم المتحدة مكاتب لها في العديد من دول العالم، ويشمل نشاط المكتب الدولة المقر والدول المجاورة لها، وعلى سبيل المثال: فإن مركز منظمة الأمم المتحدة في بانكوك عاصمة تايلاند يشمل نشاطه إضافة إلى تايلاند كمبوديا ولاوس وماليزيا وسنغافورة وفيتنام. ومركز منظمة الأمم المتحدة في القاهرة عاصمة مصر، يشمل نشاطه إضافة لمصر المملكة العربية السعودية واليمن. ومكتب الأمم المتحدة في جنيف عاصمة سويسرا، يشمل نشاطه إضافة لسويسرا إسبانيا والبرتغال والنمسا وبلغاريا وألمانيا وبولندا والمجر.[١٩]

وقد تضخمت كميات المعلومات الصادرة عن منظمة الأمم المتحدة، ومنظماتها المتخصصة بشكل أصبح معه التعامل مع هذه المعلومات صعب رغم استخدام أحدث السبل والتقنيات الحديثة لنشر وحفظ وفهرسة تلك المعلومات، وهو ما يسمى اليوم بالانفجار الإعلامي الدولي information explosion. ومن المنظمات الدولية المتخصصة في مجال التبادل الإعلامي الدولي:

- المنظمة العالمية لحماية حقوق التأليف: World Intellectual Property Organization (WIPO) التي أسستها منظمة الأمم المتحدة عام

[١٩] حقائق أساسية عن الأمم المتحدة ١٩٧٢ - ص. ١٤٠-١٤٦.

١٩٦٧ بدلاً عن المنظمة التي كانت قائمة منذ عام ١٨٩٣، وتضم في عضويتها أكثر من ١٠٩ دول.[٢٠]

- اتحاد البريد العالمي: (Universal Postal Union (UPU الذي أنشأته منظمة الأمم المتحدة عام ١٩٤٧ بدلاً عن الاتحاد الذي كان قائماً منذ عام ١٨٧٤ ويضم في عضويته أكثر من ١٦٨ دولة.[٢١]

- المنظمة العالمية للاتصالات البحرية عبر الأقمار الصناعية: International Maritime Satellite Organization (INMARSAT) التي تأسست في لندن عام ١٩٧٦ وتضم في عضويتها أكثر من ٤٣ دولة.[٢٢]

- المنظمة العالمية للإذاعة والتلفزيون: Organisation Internationale de Radiodiffusion et Te'levision (OIRT) التي تأسست عام ١٩٤٦ بدلاً عن منظمة الإذاعات العالمية.[٢٣]

- المنظمة العالمية للاتصالات الإليكترونية عبر الأقمار الصناعية: International Telecommunications Satellite Organization (INTELSAT) التي تأسست في واشنطن عام ١٩٦٤ وتضم في عضويتها أكثر من ١٠٩ دول.[٢٤]

- المنظمة العالمية للاتصالات الإليكترونية: International Telecommunication Union (ITU) التي تأسست عام ١٨٦٥ وتضم في عضويتها أكثر من ١٦٠ دولة.[٢٥]

- منظمة الأمم المتحدة للتربية والعلوم والثقافة: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (UNESCO) التي أنشأتها منظمة الأمم المتحدة عام ١٩٤٥ من خلال المؤتمر الذي انعقد في لندن وضم ممثلين عن ٤٤ دولة، وتضم في عضويتها أكثر من ١٦٠ دولة.[٢٦]

---

[٢٠] القاموس الدبلوماسي. الجزء الأول، دار ناووكا، موسكو ١٩٨٥. ص ٢٢٣.
[٢١] نفس المصدر. ص ٢٢٥.
[٢٢] نفس المصدر. الجزء الثاني. ص ١٩٥.
[٢٣] نفس المصدر. ص ١٩٥-١٩٦.
[٢٤] نفس المصدر. ص ١٩٦.
[٢٥] نفس المصدر. ص ٢١٣.
[٢٦] نفس المصدر. ص ٣٠٨-٣٠٩.

- منظمة الصحفيين الدولية: Organization of Journalists (IOJ) التي تأسست عام ١٩٤٦ وتضم منظمات الصحفيين لأكثر من ١٢٠ دولة في العالم.[٢٧]

وتقوم المنظمات الإقليمية بوظائف إعلامية من خلال وسائل إعلامها الخاصة بها، والتي تغطي أخبار مؤتمراتها ونشاطاتها الخاصة، وتشرح وجهة نظرها من القضايا الإقليمية والدولية. ومن هذه المنظمات الإقليمية:[٢٨]

- مجلس آسيا والمحيط الهادي: Asian and PACIFIC Council (ASPAC) الذي تأسس عام ١٩٦٦ ويضم في عضويته أستراليا، ماليزيا، نيوزيلنديا، تايلاند، الفليبين، اليابان، كوريا الجنوبية، فيتنام، تايوان.[٢٩]

- رابطة دول جنوب شرق آسيا: Association of South East Asian Nations (ASEAN) التي تأسست في بانكوك عام ١٩٦٧ وتضم في عضويتها بروني، إندونيسيا، ماليزيا، سنغافورة، تايلاند، القلبين.[٣٠]

- منظمة حوض الكاريبي: (Caribbean Community (CARICOM التي تضم دول حوض الكاريبي. ونشأت من خلال رابطة الكاريبي للتجارة الحرة Caribbean Free Trade Association وضمت في عضويتها خلال الأعوام ١٩٦٥ / ١٩٦٨ غيانا، أنتيغوا، باربادوس، ترينيداد وتاباغو، غرينادا، دومينيكان، مونت سيرات، سينت فينسينت، سينت كريستوفر نيفيس أنغليا، سينت لوسيا، جامايكا، وفي عام ١٩٧٠ بيليز.[٣١]

- جامعة الدول العربية: (League of Arab State (LAS التي تأسست في القاهرة ١٩٤٥/٣/٢٢ وتضم ٢٢ دولة عربية هي: الجزائر، البحرين، جيبوتي، مصر، الأردن، العراق، اليمن، قطر، الكويت، لبنان، موريتانيا، المغرب، الإمارات العربية المتحدة، عمان، العربية السعودية، سورية، السودان، تونس، ليبيا، الصومال، فلسطين وجزر القمر.[٣٢]

---

[٢٧] نفس المصدر. ص ١٩٥.
[٢٨] القاموس الدبلوماسي في ثلاثة أجزاء، الطبعة الرابعة، موسكو: ناووكا ١٩٨٦. (باللغة الروسية)
[٢٩] نفس المصدر. الجزء الأول. ص ١٧.
[٣٠] نفس المصدر. ص ٩٩.
[٣١] نفس المصدر. الجزء الثاني. ص ١٧-١٨.
[٣٢] نفس المصدر. ص ١٤٤-١٤٥.

- منظمة الوحدة الإفريقية: Organization of African Unity (OAU) التي تأسست عام ١٩٦٣ في أديس أبابا وتضم في عضويتها أكثر من ٥١ دولة إفريقية.[٣٣]

- منظمة المؤتمر الإسلامي Organization of the Islamic Conference (OIC) التي تأسست في جدة عام ١٩٧٢ وتضم في عضويتها أكثر من ٤٧ دولة إسلامية.[٣٤]

والتبادل الإعلامي الدولي كوظيفة من الوظائف المتعددة للمنظمات الدولية والإقليمية، يخضع للحدود التي تخضع لها تلك المنظمات الدولية والإقليمية، وتخضع قراراتها وفق أنظمة تلك المنظمات للمداولة تحت ظروف من الضغوط الخارجية، ومصالح أعضائها ومصالح الدول الكبرى المهيمنة على الساحة الدولية. رغم أن قرارات هذه المنظمات غير ملزمة وفقاً لمبدأ "المنظمات الدولية ليست فوق الدول Supra national ولكنها تشكل إرادة مستمدة من إرادة الدول الأعضاء في تلك المنظمات".

وتحدد مهمة التبادل الإعلامي الدولي كوظيفة من وظائف المنظمات الدولية والإقليمية، بالمساهمة في تشجيع التعاون السلمي والتفاهم بين الشعوب، ودفع التطور الإنساني ونشر المعرفة لما فيه مصلحة الإنسان والمجتمع، مستخدمة في ذلك كل وسائل وتقنيات الاتصال الحديثة، ووسائل الإعلام الجماهيرية.

التبادل الإعلامي والتفاهم الدولي:

يتحدد الإطار المثالي للتفاهم الدولي من خلال التبادل الإعلامي الدولي، بتوخي الموضوعية المجردة، والدقة في إبراز الوقائع Factual accuracy والارتباط بالصدق ووضع الجوانب المختلفة للموضوع والابتعاد عن التشويه distortion،[٣٥] والسعي نحو الحقيقة، وهو ما يصعب

---

[٣٣] نفس المصدر. ص ٣٠٥-٣٠٦.

[٣٤] نفس المصدر. ص ٣٠٦-٣٠٧.

[٣٥] د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠،ص ٤١.

- Dinker Rao: Mankekar, Mass Media and International Understanding as a Newly - Emerged. Underdeveloped Country Looks at the Problem. Symposium Ljubljana ١٩٦٨, op. cit. pp. ٢٣٥ - ٢٣٩.

- Theodore E: Kruglak. The International News Agencies and the Reduction of International Tensions. Symposium Ljubljana ١٩٦٨. op. cit., pp. ٢٤٠-٢٤٤.

تحقيقه في الواقع العملي. وتعتبر هذه الصورة مثالية بحد ذاتها وترتبط في معظم الأحيان بالحديث عن السلام العالمي والتفاهم والتعاون الدولي، ونبذ الصراع بكل أشكاله، واللجوء إلى التفاوض في حل المشاكل والخلافات المحلية والإقليمية والدولية، والسعي لما فيه خير البشرية، بما فيه إقامة سلطة تتعدى سلطة الدول، وهو ما نجده في بعض نصوص القانون الدولي وخاصة عندما توضع في محك التطبيق العملي. كما ونصادفها في كتابات الفلاسفة على مر العصور عندما يتناولون فيها مواضيع التفاهم الدولي والتعاون بين الأمم.

وعلى كل حال فإن العلاقات الدولية والظواهر الاجتماعية المختلفة تتسم بالمرونة وسرعة الحركة والتغيير، وما هو مثالي صعب التحقيق اليوم قد يصبح سهلاً وواقعياً في فترة لاحقة. وما كان مثالياً وضرباً من الخيال قبل انهيار الاتحاد السوفييتي والمنظومة الاشتراكية التي كان يقودها، أصبح واقعياً بعد انهيارهما السريع والمفاجئ، وانتهاء الحرب الباردة التي أعقبت الحرب العالمية الثانية، بين الشرق والغرب.

ومن المعروف أن العالم المعاصر يستخدم اليوم ما يقرب من ٢٩٠٠ لغة،[٣٦] بالإضافة إلى اللهجات المحلية المنبثقة عن تلك اللغات، تجعل من عملية التفاهم الدولي مهمة شاقة وصعبة، وباهظة التكاليف المطلوبة للترجمة الفورية والتحريرية، إن كان في المؤتمرات واللقاءات الدولية، أم في وسائل الإعلام الجماهيرية الموجهة للساحة الإعلامية الأجنبية. ولهذا حاول الاتحاد الدولي للغة الاسبيرانتو por l'Esperanto Universlle L'Association وهي خليط من اللغات الأوربية، وخاصة الفرنسية والإنجليزية والإسبانية والألمانية، لنشر هذه اللغة وتدريسها ، واستخدامها في العلاقات الدولية، كوسيلة لتحقيق التعاون الثقافي والتقارب بين الشعوب.

ورغم اعتراف منظمة الأمم المتحدة للتربية والثقافة والعلوم (اليونسكو) بالنتائج التي أمكن تحقيقها بفضل لغة الاسبيرانتو في مجال التبادل الفكري العالمي، وتحقيق التعاون بين الشعوب، ورغم تأييد هذه

- Khalil Sabat: Role de La Veracite del' Information Dans La Comprehension Internationale. Symposium Ljubljana ١٩٦٨. op. cit., pp. ٢٤٥-٢٥٢.

[٣٦] Oton Pancer: Le Roie de la Langue International Dans La Communication Publique et Dans La Comprehension Internationale. Symposium Ljubljana ١٩٦٨, op. cit., pp. ٣٣٧ - ٣٣٩.

المحاولة من قبل العديد من رؤساء الدول والوزراء والبرلمانيين، وعلماء اللغة وأعضاء الأكاديميات العلمية والمعاهد وأساتذة الجامعات، والكتاب والفنانين والصحفيين والعلماء، وعدد من الحائزين على جائزة نوبل للسلام، لم تستطع هذه اللغة أن تنتشر بالشكل المطلوب.[٣٧]

لأن الدول الكبرى تسعى إلى نشر لغاتها عالمياً بشتى الأشكال، وفق سياسات القوة في العالم power politics وما ارتبط بها من حركات استعمارية أدت إلى نشر لغة المستعمِر في أوساط الشعوب المستعمَرة، لتصبح هذه اللغات من أكثر اللغات انتشاراً في العالم. ورغم انحسار الاستعمار Decolonization خلال النصف الثاني من القرن العشرين، نرى وبوضوح استمرار التراث الاستعماري في الدول المستقلة، وبقاء لغة المستعمر السابق في الدول المستقلة، كذريعة لضرورة الاستفادة من التقدم العلمي والتقني والثقافي في تلك الدول التي تتحدث بتلك اللغات كلغة أم، *واندفاع أبناء الشعوب الأخرى لتعلم لغات الدول الكبرى الأكثر تقدماً في العالم لاستخدامها في الدراسة والإطلاع والبحث العلمي، والتعامل مع وسائل الاتصال الإلكترونية المتقدمة والحديثة، وفي العلاقات الدولية والتفاهم بين الشعوب والتبادل الإعلامي الدولي.*

ويعد التبادل الإعلامي في كثير من الحالات معوقاً للتفاهم الدولي، عندما لا يلتزم أطرافه بالموضوعية، ويشوهون الوقائع ويبرزون وجهة نظر معينة على حساب وجهة النظر الأخرى، وكثيراً ما يتناول أطرافه جوانب الموضوع التي تفيدهم فقط، ويتعمدون التشويه خدمة لطرف واحد من أطراف الصراع، مهاجمين أو مواجهين الطرف الآخر من الصراع الدائر. بطريقة يتم فيها احتكار تفكير الإنسان، وتوجيهه دون إرادة منه، بمفاهيم تحتوي على جانب واحد من الحقيقة، وبتكرارها بصور وأشكال مختلفة يصبح الإنسان مقتنعاً بها، معرضاً عن الجانب الآخر من الحقيقة حتى ولو اطلع عليها بطريقة أو أخرى.

ويفسر ذلك بأن التبادل الإعلامي الدولي، بالأساس هو وسيلة من وسائل تنفيذ السياسات الخارجية للدول، وبالتالي فهو يسعى لخدمة هذه السياسات والتفاعل من أجل ذلك مع الوسائل الأخرى لخدمة تلك السياسات، ومن هنا فإن الموضوعية أو عدم تشويه الوقائع، أو الكذب

[٣٧] د.محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠، ص ٤٣.

الذي تصاغ به المادة الإعلامية بشكل يصعب فيه اكتشاف الحقيقة، واستخدامه ببراعة للهجوم على الخصم، من خلال توجيه جوانب الموضوع بتكتيك معين يسير في إطار تحقيق أهداف السياسات الخارجية للدول.

ومن هنا نستطيع إدراك الواقع المر لسوء توزيع المصادر الإعلامية في العالم، عندما توظف الدول المتقدمة إمكانياتها الاقتصادية، وتقدمها العلمي والتكنولوجي في خدمة سياساتها الخارجية، الأكثر نضجاً من غيرها في الدول الأقل تطوراً، ويبرز الواقع أيضاً أن هذه الدول المتقدمة والغنية، تتحكم بوكالات الأنباء المؤثرة والرئيسية المسيطرة على توزيع الأنباء في العالم، بالإضافة إلى محطات الإذاعة والتلفزيون وشبكات المعلومات العالمية، والصحف والمجلات المنتشرة على نطاق عالمي، ووسائل الاتصال الحديثة وشبكة الأقمار الصناعية المخصصة للاتصالات ونقل البث الإذاعي والتلفزيوني، التي مكنت تلك الدول من إيصال واستقبال المعلومات الفورية دون أية حواجز تذكر من وإلى أية نقطة في العالم.

وجعل التطور العلمي والتكنولوجي في مجال الاتصال، من وسائل الإعلام الجماهيرية سلاحاً خطيراً في أيدي القوى الكبرى والدول المتقدمة والغنية، للتأثير على الرأي العام العالمي وتوجيهه، وخاصة فيما إذا استخدمت وسائل الإعلام الجماهيرية القوية والمسيطرة تلك، للتحريض على الحرب وإثارة التعصب الديني والقومي والعنصري، دون الدعوة للسلام والتعاون والتفاهم بين الشعوب، ونبذ أي نوع من التعصب مهما كان نوعه، خدمة للتقدم الإنساني.

مشاكل التبادل الإعلامي الدولي:

تزايد خلال العشرين سنة الأخيرة من القرن العشرين الدور العالمي لوسائل الإعلام الجماهيرية، واسعة الانتشار عالمياً وخاصة برامج التلفزيون المنقولة عبر الأقمار الصناعية، رغم تباين النظم السياسية والإيديولوجية ودرجات النمو الاقتصادي والثقافي والاجتماعي لدول العالم المختلفة، ورغم عدم التكافؤ الواضح بين القلة القليلة التي تبث السيل الهائل من المعلومات على مدار الساعة يومياً، وبين الغالبية العظمى من دول العالم التي تستقبل ما يرسل إليها، بغض النظر عن وضعها الاقتصادي غنية كانت أم فقيرة، لأن من يصنع ويملك تقنيات وتكنولوجيا

الاتصال ويتحكم بصياغة المادة الإعلامية هو المسيطر على عملية التبادل الإعلامي الدولي دون منازع يذكر، ومن عداه فهو مستهلك لتكنولوجيا وتقنيات الاتصال وللمادة الإعلامية باهظة النفقات والتكاليف.

المعيقات السياسية لعملية التبادل الإعلامي الدولي:

والعلاقة شديدة الصلة بين السياسات الخارجية للدول، والرأي العام الوطني، والرأي العام العالمي، كل منها يؤثر ويتأثر بالأخرى، وهذا بحد ذاته يضع مشكلة سياسية عويصة أمام عملية التبادل الإعلامي الدولي. مفادها ضخامة وتضارب المصالح الحيوية لمختلف دول العالم وخاصة الدول الكبرى المتطورة والغنية، التي تتجاوز حدودها الجغرافية المعترف بها إلى مناطق أخرى بعيدة كل البعد جغرافياً، وتعدد المشاكل السياسية والاقتصادية والإيديولوجية بينها بشكل يجعل عملية التبادل الإعلامي تؤثر وتتأثر حتماً بوسائل تنفيذ السياسات الخارجية للدول الأخرى، وهذا مرتبط طبعاً بمدى قوة وفاعلية وسائل الإعلام الجماهيرية الموجهة للخارج لكل دولة.

فوسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، ومن خلال عملية التبادل الإعلامي الدولية، تسعى لخدمة سياسة معينة وكثيراً ما لا تتماشى هذه السياسة ومتطلبات التفاهم الدولي، لأن هذه الوسائل بالأساس تتصدى لمشكلة أو مشاكل سياسية معينة، وتسير في خط معين مرسوم لها ضمن السياسة الخارجية للدولة، وكثيراً ما يبتعد هذا الخط عن الموضوعية والدقة في عرض الوقائع، وقد ينجح في إقناع عدد كبير من مستقبلي الرسالة الإعلامية، بعدالة وصدق موقفه من المشكلة المطروحة، رغم أن الحقيقة عكس ذلك، ومرد ذلك إما للظروف المتاحة دولياً والتفاهم والتعاطف الدولي مع سياسة خارجية معينة، أو لقوة أساليب عمل وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية التي يملكها هذا الطرف أو ذاك، أو لضعف أساليب عمل وسائل الإعلام الجماهيرية للطرف المواجه، أو غيابها تماماً عن الساحة الدولية مما يتيح للخصم ظروفاً ممتازة لإقناع الرأي العام العالمي بعدالة وصدق مواقفه كما يشاء دون منازع.

وقد أدى انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفييتي، إلى انتهاء الحرب الباردة بين الشرق والغرب، وإلى انفراج نسبي في العلاقات الدولية، وخفف نوعاً ما من الصراع الإيديولوجي الذي كان قائماً، أو **استبدل بصراع من نوع جديد أخذاً طابع تدعيم الديمقراطية والانفراج**

الدولي ومحاربة التطرف الديني، أو الإرهاب الدولي من وجهة نظر القوي المسيطر على عملية التدفق الإعلامي الدولي. وإلى تخفيف السباق المتسارع بين التكتلات الإقليمية والدولية المتصارعة للإمساك بزمام المبادرة في توجيه الحملات والضربات الإعلامية ضد بعضها البعض، والتي كان لها الفضل الأكبر في دفع التطور السريع لتقنيات ومعدات الاتصال، التي نعرفها اليوم، وكانت قبل نصف قرن من الزمن مجرد خيال.

كما وتتولى وسائل الإعلام الجماهيرية لأية دولة في العالم، توجيه حملات إعلامية مركزة لتقوية الرأي العام المحلي داخلياً وتحصينه ضد الحملات الإعلامية الخارجية، وتشترك بنفس النشاط تقريباً مع وسائل إعلام الدول الأخرى التي تشترك معها في تحالفات وتكتلات إقليمية ودولية، يظهر من خلالها مدى ضلوع عملية التبادل الإعلامي الدولي في مشاكل ومتناقضات السياسة الدولية، محلياً وإقليمياً ودولياً.

ومن المشاكل العويصة التي تواجه وسائل الإعلام الجماهيرية كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية للدولة، العلاقة الموضوعية بين السياسة الخارجية للدولة، والرأي العام الوطني، والرأي العام الإقليمي، والرأي العام الدولي، وخاصة عندما يبرز تضارب واضح وتباين بينها. فبينما تعمل وسائل الإعلام الجماهيرية على تهيئة الرأي العام العالمي لاتخاذ موقف معين من قضية معينة تتفق والسياسة الخارجية للدولة المعنية، نراها في أكثر الأحيان مضطرة لاتخاذ موقف آخر قد يكون مغاير تماماً، لتهيئة الرأي العام المحلي من القضية ذاتها،[٣٨] وهذه مشكلة عويصة بحد ذاتها تقف أمام المخططين والمنفذين للسياسات الإعلامية الداخلية والإقليمية والخارجية.

خاصة بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال الحديثة، وتعدد وسائل الإعلام الجماهيرية وتنوعها وتجاوزها للزمن والمسافات والحدود الجغرافية واللغوية والحضارية، وأصبح ما يحدث اليوم في أي جزء من العالم، في متناول الإنسان أينما كان ومهما بعدت المسافات خلال دقائق عبر قنوات التلفزيون الفضائية وشبكات المعلومات الدولية، لتصبح قدرة الدول في التحكم الفعلي بالرأي العام المحلي محض خيال، بعد أن طالته وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية الدولية، وأصبح الخيار في أيدي من

[٣٨] نفس المصدر السابق، ص ٥٠ ـ ٥٣.

يملك وسائل الاتصال الحديثة، ومن يوجه وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، ويسيطر على صياغة الخبر بالطريقة التي تحلو له.

وإذا كان العالم اليوم يتجه حسيساً نحو الانفراج والتعاون الإيجابي بين الأمم، فإن هذا لا يعني انتهاء المشاكل والصراعات الدولية القديمة منها والجديدة والمتجددة، وكل ما يحدث هو تغير في الظروف الدولية وديناميكية العلاقات الدولية، وزيادة في عملية التفاعل والتبادل الإعلامي الدولي. وهذا يفرض على خبراء الإعلام الإلمام بالعلاقات الاقتصادية والسياسية والثقافية والعلمية الدولية، وتاريخها، والنظم والاتجاهات السياسية السائدة في دول العالم، وخلفية مواقفها من العلاقات الدولية المعاصرة، ليستطيع كلاً منهم أخذ مكانه الفاعل والمؤثر في عملية التبادل الإعلامي الدولي المتجددة، وخدمة سياسات بلده الداخلية والإقليمية والدولية بعد أن تجاوزت وسائل الإعلام الجماهيرية فعلاً الحدود الفاصلة بين تلك السياسات.

المعيقات الاقتصادية لعملية التبادل الإعلامي الدولي:[٣٩]

للتبادل الإعلامي الدولي دور هام في المجتمعات الحديثة، حيث يسهم في إغناء الثقافات وتجديدها، وتعريف الشعوب ببعضها البعض، ويعمل على خلق عادات جديدة في المجتمعات لم تكن معروفة أو مألوفة في السابق، ولكن وسائل الاتصال ووسائل الإعلام الجماهيرية خاضعة بالكامل لسلطة رأس المال، الذي يقوم على دعائم اقتصادية وصناعية وتجارية تتطلب استثمارات هائلة قد تفتقر لها موارد الدولة أو حتى عدة دول مجتمعة، مما وضعها في حالة من التبعية تراوحت ما بين احتكار الدولة أو عدة دول مجتمعة.

وأدى التطور الاقتصادي والتقني والعلمي الهائل خلال العقود الأخيرة من القرن العشرين، إلى تطور مماثل شمل وسائل وشبكات الاتصال الحديثة في العالم، وجعلها حكراً في أيدي الدول المصنعة والغنية، بعيدة عن متناول ومقدرات بعض الدول الصغيرة والفقيرة، لأن الحصول عليها واستثمارها، أو تصنيعها يتطلب أموالاً طائلة واستثمارات كبيرة، وخبرات علمية وتكنولوجية متطورة تفتقر إليها معظم الدول النامية في العالم.

---

[٣٩] نفس المصدر السابق.

ولهذا نرى أن الأوضاع الاقتصادية، ومدى التقدم التقني والعلمي في أي دولة، قد ترك بصماته على وسائل الاتصال المتطورة، ووسائل الإعلام الجماهيرية الحديثة. مما سمح لبعض الدول الغنية والمتطورة والأكثر تقدماً اقتصادياً وعلمياً وتقنياً، بالسيطرة على وكالات الأنباء العالمية، وقنوات الإذاعة والتلفزيون الفضائية، والصحف والمجلات الأكثر انتشاراً في العالم، وهي بمجملها تشكل المصدر الرئيسي للأنباء في العالم. لأن الاستثمارات الصناعية الضخمة في مجال وسائل وأجهزة الاتصال: Communication equipment تتركز في الدول المتقدمة، بينما الدول المتخلفة والنامية والفقيرة مستهلكة فقط لبعض منتجات تلك الاستثمارات الضخمة من خلال الاستيراد، وبرامج المساعدات الاقتصادية، وهو ما يخلق في بعض الأحيان مشاكل تقنية جمة أمام الدول المستوردة أو المستفيدة من برامج المساعدات الاقتصادية، في مجال استثمار واستخدام تلك الأجهزة بسبب تعدد مصادر تلك الأجهزة وعدم ملاءمتها تكنولوجياً للاستثمار في تلك البلاد، بحيث يتطلب الأمر إجراء بعض التعديلات عليها قبل إدخالها حيز الاستثمار الفعلي مما يرفع من أعباء الإنفاق المالي المترتب عن ذلك على تلك الدول.

خاصة وأن عملية الحصول على المعلومات الدولية وتوزيعها بحد ذاتها باهظة التكاليف، ولا تستطيع تحمل نفقاتها إلا الدول المتقدمة والغنية، كما هو الحال دائماً، بينما نرى أن الدول النامية والفقيرة لم تزل كما كانت دائماً، تعاني من نقص حاد في الخدمات الإعلامية، ونقص وسائل الاتصال الإلكترونية ومحطات البث والاستقبال الإذاعي المسموع والمرئي، هذا إن لم نشر إلى مشاكل استفادة تلك الدول من خدمات شبكة الأقمار الصناعية في مجال الاتصال وقنوات البث التلفزيوني الفضائية، والاستفادة من خدمات شبكات المعلومات الدولية.

ومن هنا نرى أن التقدم التكنولوجي يعتمد على الثروة المتوفرة لدى الدول الغنية والكبيرة، قليلة العدد في المجتمع الدولي وهي وحدها القادرة على تمويل المشاريع الضخمة في مجال إنتاج أجهزة وتكنولوجيا الاتصال عن بعد الضرورية لوسائل الإعلام الجماهيرية، مما يتيح لها وضعاً ممتازاً لنشر سياستها الخارجية وفرضها في بعض الظروف على الدول الأخرى الأقل تطوراً.

وكما هو معروف فإن وسائل الإعلام الجماهيرية لكل دولة من دول العالم تركز في برامجها على المعلومات المحلية، وما يتصل بقضاياها ومشاكلها من المعلومات العالمية، وقد أوضحت بعض الدراسات العلمية، أن عملية التبادل الإعلامي الدولي تركز بالدرجة الأولى على أخبار الدول الكبرى المتطورة والغنية، وأخبار بعض الدول الأقل تطوراً المؤثرة في ميدان الأحداث والسياسة الدولية، والسبب هو سيطرة هذه الدول ومنها الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وفرنسا وبشكل أقل روسيا وغيرها من الدول المتطورة على وسائل الإعلام الدولية، مما يتيح لتلك الدول فرض وجهة نظرها من خلال عملية التبادل الإعلامي الدولي أحادي الجانب.

وتركز وسائل الإعلام الجماهيرية في موادها الإعلامية على أخبار دولها والدول الحليفة لها، إلى جانب أهم الأحداث العالمية من وجهة النظر السياسية الرسمية للدولة، فوكالات الأنباء الدولية مثل اليونيتد بريس، والأسوشيتد بريس والقنال التلفزيونية الدولية CNN وشبكة الكمبيوتر العالمية INTERNET التي تملكها الولايات المتحدة الأمريكية، ووكالة الأنباء رويترز Reuters، وهيئة الإذاعة والتلفزيون البريطانية BBC، ووكالة فرنس بريس الفرنسية، ووكالة إتار تاس الروسية، وغيرها من الدول المؤثرة في السياسات الدولية وما تتمتع به من علاقات واسعة مع مختلف دول العالم، ولتفوقها العلمي والصناعي والاقتصادي والعسكري، تطغي أخبارها على أخبار غيرها من الدول، وبمعنى أوضح تسيطر على عملية التبادل الإعلامي الدولي وتوجهها لصالحها وصالح حلفائها من دول العالم الأخرى.

وقد وصل الخلل في بعض الأحيان إلى درجة أصبح معها أبناء الكثير من دول العالم يعرفون عن الدول الكبرى أكثر مما يعرفون عن بلدانهم، ويعرفون عن تلك الدول الواقعة خلف البحار والمحيطات أكثر مما يعرفون عن البلدان المجاورة لهم، ويعتمدون أساساً في الحصول على المعلومات والأنباء على المصادر الإعلامية للدول الكبرى الموجهة إليهم والناطقة بلغاتهم القومية، وعلى الموجات الإذاعية الوطنية كما هو حاصل منذ تسعينات القرن العشرين.

وبينما تنتج الدول المتقدمة كل متطلبات الإنتاج الإعلامي من آلات التسجيل السمعية والبصرية وآلات التصوير وآلات الطباعة وورق الكتابة

والطباعة، والحاسبات الإلكترونية (الكمبيوتر)، وأجهزة البث والاستقبال الإذاعي والتلفزيوني، وتنتج أعداداً هائلة من المواد الإعلامية من صحف ومجلات وكتب، وبرامج إذاعية وتلفزيونية وأفلام، ووسائل تعليمية مختلفة، نرى الدول النامية والفقيرة التي لا تملك ولا تنتج مثل هذه المنتجات الإعلامية والتقنية، بل وفي حالات أخرى تفرض قيوداً ورسوماً جمركية على استيراد المواد والمعدات الإعلامية وحتى على ورق الطباعة، بسبب ظروفها الاقتصادية الصعبة.

وهكذا نرى مدى تأثر عملية التبادل الإعلامي الدولي بالأوضاع الاقتصادية لكافة دول العالم، التي نستطيع تقسيمها إلى دول متطورة غنية مسيطرة، تمتلك وتتحكم بالمصادر الإعلامية الدولية وتقنياتها، وتوجه عملية التدفق والتبادل الإعلامي الدولية، ودول متوسطة تؤثر وتتأثر بعملية التدفق والتبادل الإعلامي الدولية، ودول نامية فقيرة على هامش عملية التبادل الإعلامي الدولية، لا تملك حتى صحيفة يومية واحدة تنطق باسمها، متأثرة بالسيل المتدفق للإعلام الدولي الأجنبي. وبالطبع فإن إدراك الجمهور الإعلامي في الدول التي لا تنتشر فيها وسائل الإعلام الجماهيرية على نطاق واسع، أو التي ترتفع فيها نسبة الأمية الأبجدية أو الحضارية، أو التي ينتشر فيها الفقر، الذي نعتبره صعوبات مادية واقتصادية، يكون إدراكهم لمختلف الموضوعات التي تعرضها وسائل الإعلام الجماهيرية، أقل إدراكاً من الجمهور الإعلامي للدول المتقدمة.[٤٠]

خصائص التبادل الإعلامي الدولي:

أشار *مارشال ماكلوهين*، إلى أن مضمون الرسائل الإعلامية لا يمكن النظر إليه بمعزل عن التكنولوجيا التي تستخدمها وسائل الإعلام الجماهيرية، فالكيفية التي تعرض بها المؤسسات الإعلامية الموضوعات، وطبيعة الجمهور الذي توجه إليه رسالتها الإعلامية، يؤثران على ما تنقله تلك الوسائل. وأن وسائل الإعلام الجماهيرية التي يستخدمها المجتمع أو يضطر إلى استخدامها، تحدد طبيعة المجتمع وكيف يعالج مشاكله. وأية

---

[٤٠] نفس المصدر السابق و

- Wilbur Schamm: Mass Media and National Development, The Role of Informatiom in the Developing Countries Stanford University Press, ١٩٦٦; Mohamed Habiboullah Ould Abdou: L'information en Mauritanie, These de Docdorat de ٣e. Cycle. Universite de Paris ٢, ١٩٧٥; Mohamed Ali Khandan: Sima, Information et Politique Petroliere. These de Doctorat de Specialite en Science de L'Information, Universite de Paris ٢, ١٩٧٣-١٩٧٤.

وسيلة إعلامية جديدة تشكل ظروفاً جديدة محيطة تسيطر على ما يفعله الأفراد الذين يعيشون في ظل ظروف معينة، وتؤثر على الطريقة التي يفكرون ويعملون وفقاً لها. فوسيلة الإعلام تعتبر امتداداً لمقدرات الإنسان، فالكاميرا التلفزيونية تمد أعيننا، والميكرفون يمد آذاننا، والآلات الحاسبة الإليكترونية توفر بعض أوجه النشاط التي كانت في الماضي تحدث في عقل الإنسان فقط، فهي إذاً مساوية لامتداد الوعي الإنساني.[٤١]

ووسائل الإعلام الجماهيرية الحديثة، - كامتداد لحواس الإنسان - توفر للإنسان الزمن والإمكانيات، وتشكل تهديداً له، لأنه عندما تمتد يد الإنسان وحواسه عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، تستطيع هذه الوسائل أن تمد يد القائمون على وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية إليه، كي تستغله وتسيطر عليه. ولكي نمنع احتمال التهديد يؤكد *ماكلوهين* على أهمية إحاطة الناس بأكبر قدر ممكن من المعلومات عن وسائل الإعلام الجماهيرية، لأنه بمعرفة كيف تشكل التكنولوجيا الحديثة البيئة المحيطة بنا، نستطيع أن نسيطر عليها ونتغلب تماماً على نفوذها أو قدرتها الحتمية.

وفي الواقع، بدلاً من الحديث عن الحتمية التكنولوجية، قد يكون من الأدق أن نقول أن متلقي الرسالة الإعلامية يجب أن يشعر بأنه مخلوق له كيان مستقل، قادر على التغلب على هذه الحتمية التي تنشأ نتيجة لتجاهل الناس لما يحدث حولهم. وأنه يجب اعتبار التغيير التكنولوجي حتمياً لا مفر منه، وهو ما يحدث فعلاً، ذلك لأننا إذا فهمنا عناصر التغيير يمكننا أن نسيطر عليه ونستخدمه في أي وقت نريده بدلاً من الوقوف في وجهه، كما يحدث لدى البعض أحياناً !.

ومن المشاكل التي تواجه عملية التبادل الإعلامي الدولية، أهمية مراعاة الظروف البيئية المحيطة بالإنسان، واختلافها من دولة إلى دولة، بل واختلافها من منطقة إلى أخرى داخل الدولة ذاتها. ومن هنا فمن الأهمية بمكان أن يحيط خبراء الإعلام والصحفيون بالاعتبارات البيئية والظروف المحيطة بالإنسان. وإذا كان هذا الإلمام أكثر سهولة في الإعلام الداخلي، فإنه أكثر صعوبة بالنسبة للإعلام الدولي، حيث تتعدد الاعتبارات البيئية وتتنوع الظروف واللغات، وتختلف من دولة إلى دولة، ومن منطقة إلى منطقة، ومن قارة إلى قارة.

---

[٤١] د. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨. ص ٥٧٣.

ومع تزايد وسائل الإعلام الجماهيرية وتطورها واتساعها، أصبح العالم أقرب إلى القرية العالمية Global Village ومما ساعد على ذلك تطور وسائل المواصلات وسهولة انتقال الأفراد والسياح، وهجرة السكان من أماكن سكنهم الأصلية، والإقامة الطويلة لرعايا دولة معينة لدى دولة أخرى بقصد الدراسة أو العمل، وتزايد حجم وسرعة وتنوع المراسلات، ودخولها عصر الحوار المباشر عبر التلكس والفاكس والبريد الإلكتروني وشبكات المعلومات الدولية بين مختلف دول العالم. وتطور البث الإذاعي والتلفزيوني واتساع استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصال وجمع ونقل المعلومات.

وساعد الاحتكاك بالأمم المتقدمة على حدوث تحول ثقافي واجتماعي عالمي، برزت معه قيم ومعتقدات جديدة لم تكن متوقعة من قبل. ومن هنا فإن على خبراء الإعلام والصحفيون أن يدركوا كل تلك المتغيرات عند إعدادهم وتنفيذهم للحملات الإعلامية الموجهة للداخل والخارج على السواء، كي لا تحدث إخفاقات تؤدي إلى عدم استجابة المستقبل لمضمون الرسالة الإعلامية الموجهة له، وأن لا يكون رد فعله Feed back مغاير لأهداف الحملة الإعلامية.

وأن يؤخذ في الحسبان أيضاً اختلاف درجات التقدم الاجتماعي والثقافي والعلمي والتكنولوجي، وتباين النظم والمعتقدات السياسية والإيديولوجية بين دول العالم المختلفة، ودرجات التباين بين دول النظام المتشابه.

الاحتكار في التبادل الإعلامي الدولي:

لم يزل العالم يتجه باضطراد كبير نحو تحطيم الحواجز القائمة بين الشعوب، كما وتتجه وسائل الإعلام الجماهيرية في العديد من دول العالم نحو الاتسام بطابع العالمية. ورغم التقدم الهائل لوسائل الاتصال نرى أن وسائل الإعلام الجماهيرية في العالم، لم تزل تعتمد في القسط الأكبر من أخبارها على وكالات الأنباء العالمية الخمس رويتر، والأسوشيتد بريس، واليونيتد بريس، ووكالة الأنباء الفرنسية، ووكالة إتار تاس الروسية. رغم الجهود الحثيثة التي تقوم بها وكالات الأنباء الوطنية، وشبكة المراسلين الأجانب في جميع دول العالم تقريباً، والذين يراسلون مباشرة وسائل الإعلام الجماهيرية التي ينتمون إليها والمنتشرة في مختلف دول العالم.

ويرتبط الاحتكار والتركيز في التبادل الإعلامي الدولي بالمشاكل السياسية والاقتصادية التي سبق وأشرنا إليها، والتي نتج عنها احتكار قلة قليلة من دول العالم لمصادر الأنباء العالمية من خلال وكالات الأنباء والإذاعات وقنوات التلفزيون والصحف والمجلات الهامة والمنتشرة عالمياً، إضافة لاحتكارها لوسائل الاتصال الحديثة وخاصة شبكة الأقمار الصناعية التي تتولى نقل ما تبثه وسائل الإعلام الجماهيرية إلى كافة أنحاء العالم.

ومن الناحية التاريخية نرى أن وكالة الأنباء الفرنسية هافاس Havas - ووكالة الأنباء البريطانية رويتر Reuter - ووكالة الأنباء الألمانية وولف Wolff قد قامت بتقسيم العالم قبل أكثر من قرن ونيف من الزمن إلى مناطق نفوذ إعلامية، تمشياً مع السياسة الاستعمارية التي كانت تتبعها آنذاك الدول الأوروبية وخاصة فرنسا وبروسيا وبريطانيا، الشركاء الثلاثة في الاحتكار الدولي للأنباء. وكان همهم الوحيد آنذاك الحصول على الربح ودعم الحكومات المتعاونة معها في الداخل، وتقدم لها المساعدة والمؤازرة للاحتفاظ بالسلطة والأوضاع الراهنة.

واتفقت وكالات الأنباء الثلاث على تنسيق أعمالها عام ١٨٥٦ لتجنب المنافسة، وتحقيق معدلات عالية من الربح، وتزايد الاحتكار الدولي للأنباء بعد توقيع اتفاقية الأنباء عام ١٨٧٠ حيث قسم العالم إلى عدد من مناطق النفوذ، يكون لكل منها وكالة أنباء معينة لها الحق الكامل في جمع وتوزيع الأنباء.

وعلى هذا الأساس منحت وكالة الأنباء الألمانية وولف حق السيطرة على جمع ونقل الأنباء من وإلى ألمانيا والنمسا وهولندا واسكندنافيا والإمبراطورية الروسية والبلقان، وكانت وكالة أنباء فيينا آنذاك تابعة لوكالة الأنباء الألمانية وولف.

بينما منحت وكالة الأنباء الفرنسية هافاس نفس الحق في إيطاليا وسويسرا وإسبانيا والبرتغال وأمريكا الوسطى والجنوبية، ومصر بالتعاون مع وكالة الأنباء البريطانية رويتر. ومنحت وكالة الأنباء البريطانية رويتر نفس الحقوق في الإمبراطورية البريطانية والشرق الأقصى والإمبراطورية العثمانية، ومصر بالاشتراك مع وكالة الأنباء الفرنسية هافاس.

أما وكالة الأنباء الأمريكية The New York Associated Press وكانت عضو صغير في الاحتكار الدولي فقد منحت نفس الحقوق داخل الولايات المتحدة الأمريكية فقط.

بينما اعتمدت وكالة الأنباء الروسية The Russian Telegraph Agency كما سبق وأشرنا على وكالة الأنباء الألمانية وولف.

ورغم تمتع وكالة الأنباء الأمريكية الأسوشيتد بريس بعد إعادة تنظيمها، بكامل العضوية في هذا الاحتكار الدولي، خلال السنوات العشر الأولى من القرن العشرين، إلا أنها لم تحقق نجاحاً ملحوظاً أمام منافسة شركائها في الاحتكار. ورفضت طلب الصحف الأمريكية الجنوبية للتعاون معها بعد أن ضاقت تلك الصحف ذرعاً من الدعاية الفرنسية والأنباء التي كانت تزودها بها وكالة الأنباء الفرنسية هافاس.

وبدأ الاحتكار بالتداعي عندما بدأت وكالة الأنباء الأمريكية اليونيتيد بريس التي لم تدخل في عضوية الاحتكار العالمي للأنباء، بمنافسة وكالة الأسوشيتد بريس، في سوق الأنباء العالمية، ودخولها سوق أمريكا الجنوبية، فما كان من الاحتكار الدولي إلا أن منح وكالة الأنباء الأمريكية الأسوشيتد بريس العضوة في الاحتكار حق السيطرة المطلقة على تلك السوق.

واستمرت الحال حتى مطلع الثلاثينات من القرن العشرين حين خرقت وكالة الأنباء الأمريكية الأسوشيتد بريس الاتفاق المبرم مع الاحتكار الدولي، وبدأت باستغلال السوق اليابانية الغنية متحدية الاحتكار القائم لوكالة الأنباء البريطانية رويتر فيها.

وكان من الطبيعي أن تهتم وتدعم وكالة الأنباء الفرنسية هافاس خط السياسة الخارجية الفرنسية، ووكالة الأنباء البريطانية رويتر خط السياسة الخارجية البريطانية، ووكالة الأنباء الألمانية وولف خط السياسة الخارجية الألمانية.

وكانت النتيجة اختفاء هذا الاحتكار الدولي بعد غياب الوكالة الألمانية في خضم الدعاية النازية، وإحراق وكالة الأنباء الفرنسية هافاس لاتهامها بالتفريط بالمصالح القومية الفرنسية، لتحل مكانها وكالة الأنباء الفرنسية AFP كوكالة أنباء دولية بارزة، واستمرت وكالتي رويتر البريطانية، والأسوشيتد بريس الأمريكية في العمل، مع ظهور وكالة

الأنباء السوفييتية تاس TASS، كوكالة أنباء دولية من نمط خاص.[42] والتي تحولت بعد انهيار الاتحاد السوفييتي السابق إلى وكالة إتار تاس الروسية.

ومن هنا نرى أنه إضافة للاحتكار وتوزيع مناطق النفوذ في عملية التبادل الإعلامي الدولي، فإن وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، تحرص على نقل وتوزيع الأخبار والتعليقات والتحليلات السياسية والاقتصادية والعسكرية من منظور المصالح التي تمثلها، أخذة بعين الاعتبار مصالحها السياسية والاقتصادية الخاصة بها. وهذه معضلة لم تزل تعاني منها الدول الأقل تطوراً والدول النامية والدول الفقيرة، المضطرة لاستخدام ما يصلها من المصادر الإعلامية الدولية، وللتأثر بمواقف تلك المصادر.

وهذا يفسر محاولات بعض الدول الأقل تطوراً والدول النامية، للتكتل عالمياً وإقليمياً لإنشاء وسائل إعلام جماهيرية قوية، يمكن أن تخلصها من احتكار وسائل الاتصال ووسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، لجمع ونقل وتوزيع ونشر الأنباء عالمياً. كمجمع وكالات أنباء دول عدم الانحياز الذي كان يضم في عهده الزاهر دولاً متقاربة من التطلعات وفي الآمال العريضة، بتجمع يأخذ باعتباره دول العالم الثالث فيرعى مصالحها ويذود عن حقوقها، ويكسر احتكارات الدول الكبرى وسيطرتها على تدفق الأخبار على النحو الذي يرضي احتكاراتها تلك، ويلبي بواعث سطوتها العسكرية ومصالحها الاقتصادية. وبرغم الآمال التي علقت على ذلك التجمع وما كان يميزه من تقارب التطلعات والمساعي إلا أنه لم يتمكن من مواجهة الوكالات الكبرى ولا استطاع أن يعدل مسار التدفق الإعلامي غير المتوازن، فظلت الأخبار تصب من الشمال الغني المتطور إلى الجنوب الفقير فتغرقه وتثير فيه الفتن الدينية والطائفية والعرقية والقومية فيه.[43]

تأثير التبادل الإعلامي الدولي على اتخاذ القرارات:

---

[42] د. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨. ص ٣٧٣.

- Marshall McLuhan, Quentin Fiore: The Medium is the Massage: An Inventory of Effect (N. Y. Bantam Books ١٩٦٧) pp. ٢٦-٤٠.

[43] *د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠. ص ٦١-٦٣.*

- Theodore E. Kruglak: The International News Agencies and the Reduction of International Tensions, Symposium Ljubljana, ١٩٦٨. op. cit., pp. ٢٤٠-٢٤٤.

تتمتع وسائل الإعلام الجماهيرية بتأثير هام على الجمهور وخاصة في الميدان السياسي، ولذلك كان لابد عند دراسة تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية على عملية اتخاذ القرار، من الأخذ في عين الاعتبار تأثير هذه الوسائل على الزعماء السياسيين (قادة الرأي)، واستناداً لعدة أبحاث، نرى أن قائد الرأي هذا لا يبحث غالباً عن دور قائد الرأي، وأحياناً ليس لديه شعور بدوره كقائد رأي، ويتميز قادة الرأي هؤلاء بعدة خصائص منها:

- ✓ أنهم يمثلون الجماعات التي ينتمون إليها، ويؤثرون فيها جيداً؛
- ✓ أنهم قادة للرأي في مجال اختصاصهم، الذي يتناسب والمجموعات التي يؤثرون فيها؛
- ✓ أنهم أكثر من غيرهم من أعضاء المجموعة التي ينتمون إليها، معرضون لوسائل الإعلام الجماهيرية؛
- ✓ أنهم أكثر من غيرهم من أعضاء المجموعات التي ينتمون إليها، على اتصال مع غيرهم من قادة الرأي؛
- ✓ أنهم متواجدون في كل الأوساط الاجتماعية.

وبما أن لوسائل الإعلام الجماهيرية من خلال عملية التبادل الإعلامي الدولي، المقدرة على تقرير ما ينبغي أن يعرف وما ينبغي الاحتفاظ به، فإنها تتمتع بأهمية خاصة في العلاقات الدولية.[٤٤]

وقد تقوم وسائل الإعلام الجماهيرية بمجرد نقل المعلومات الصادرة من قبل واضعي السياسة إلى الجمهور الإعلامي، دون أي اعتبار لدور الرأي العام في وضع تلك السياسة، كما يحدث في أكثر البلدان النامية. أو قد تستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية لدعم أهداف سياسية معينة، أو لخلق أحداث معينة من خلال التمهيد لها، والمساهمة في خلق ودعم وجهة النظر المعارضة، وهذا يفسر قيام بعض المخططين السياسيين، في البلدان المتقدمة بوجه الخصوص، بوضع وسائل الإعلام الجماهيرية والرأي العام في مرتبة واحدة، يؤثر كلاً منها بالآخر ويعكس صورة الآخر. ويشمل هذا الوضع أيضاً، واضعي السياسة الخارجية

[٤٤] جواد مرقة: متخذو القرار الإعلامي العربي والمتوسطي والإفريقي. صحيفة الدستور الأردنية، عدد ١٩٩٧/٧/١.

للدولة، من خلال تعاملهم مع وسائل الإعلام الجماهيرية المحلية والدولية، والرأي العام المحلي والعالمي.

كما ويميل المخططون السياسيون إلى اعتبار أن وسائل الإعلام الجماهيرية تعكس في الحقيقة مواقف الرأي العام، وكثيراً ما يقبل المخطط السياسي ما تنشره وسائل الإعلام الجماهيرية على أنها انعكاس للحقيقة التي يراعيها عند رسم الخطة السياسية المطلوبة.

ولكن الحقيقة أن المؤسسات الإعلامية في أي بلد من بلدان العالم، غالباً ما تحدد أسبقيات ما تنشره وما لا تنشره من خلال ظروف تقنية بحتة لا علاقة لها البتة بالموضوع المنشور، وتتحكم بالزمن المتاح في الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية، والمساحة المتاحة على صفحات الصحف والمجلات.

ويؤثر التبادل الإعلامي الدولي على اتخاذ القرارات في السياسة الخارجية للدولة، من خلال مساهمته بإمداد أصحاب القرار بالمعلومات اللازمة، التي يمكن على أساسها اتخاذ قرار معين. ويبرز دور التبادل الإعلامي الدولي من خلال وكالات الأنباء والإذاعات وقنوات التلفزيون العالمية، والصحف والمجلات الأكثر انتشاراً في العالم، إبان الأزمات السياسية والاقتصادية، والكوارث الطبيعية، والأخطار التي تهدد بلادهم أو تهدد البشرية، والصدامات العسكرية الساخنة، أو التهديد باستخدام القوة العسكرية على الساحة الدولية.

حيث يعتمد أصحاب القرارات الحاسمة عند دراستهم للظروف والأوضاع من كل الجوانب، قبل اتخاذ القرار اللازم، على ما توفره مصادر الإعلام الدولية، والمصادر الدبلوماسية، ومصادر أجهزة أمن الدولة، ولهذا تعكف بعض المؤسسات العلمية على دراسة العلاقة بين عملية التبادل الإعلامي الدولي وعملية اتخاذ القرارات السياسية، من قبل الزعماء السياسيون، كواحدة من مؤشرات العلاقات الدولية بشكل عام.

ومن البحوث الإعلامية التي أجريت في الولايات المتحدة الأمريكية، الدراسة التي قامت بها مجلة Public Opinion Quarterly لمعرفة عادات القراءة لدى قادة الرأي الأمريكيين،[٤٥] وأظهرت أن وسائل

[٤٥] رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية. ترجمة: مرشلي محمد. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ١٩٨٤. ص ص٦٣١-٦٥٨؛ - د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠. ص ٦٥-٧٠.

الإعلام الجماهيرية المقروءة من قبل كبار قادة المؤسسات السياسية والاقتصادية الأمريكية، تعتبر مصادر معلومات يؤخذ بها من قبلهم، لاتخاذ القرار ومزاولة مختلف الأنشطة السياسية والاقتصادية. وتناولت الدراسة ٥٤٥ شخصاً من بينهم:

قادة الرأي في القطاعات الأساسية

المنفذون في المجالات الصناعية	٤٨	الموظفون الفيدراليون المعينون	٦٠
المنفذون في المجالات غير الصناعية	٥٣	كبار موظفي الخدمة المدنية	٥٤
أصحاب الثروات الكبيرة	٢٩	الرسميون في الأحزاب السياسية	٥١
رؤساء الاتحادات العمالية	٤٨	زعماء الجمعيات الخيرية	٥٣
أعضاء الكونغرس الأمريكي	٥٨	العاملون في المؤسسات الصحفية	٦٥

قادة الرأي خارج القطاعات الأساسية

رجال البيت الأبيض	٦	الأكاديميون (الاقتصاديون أساساً)	١٥
آخرون	٥	المجموع	٥٤٥

وأظهرت الدراسة أن أكثر الصحف والمجلات الأمريكية الرئيسية قراءة لديهم هي:

١- نيويورك تايمز	The New York Times
٢- وول ستريت جورنال	The Wall Street Journal
٣- واشنطن بوست	The Washington Post
٤- واشنطن ستار	The Washington Star
٥- نيويورك بوست	The New York Post

٦- شيكاغو تربيون	The Chicago Tribune

وأن أكثر الصحف والمجلات انتظاماً في المطالعة هي:

١- تايم	Time
٢- نيوزويك	Newsweek
٣- نيويورك تايمز	The New York Times
٤- ماغازين	Magqzine
٥- يو إس نيوز إند وولد ريبورت	U.S. News and World Report

كما وأظهرت الدراسة نسبة تفضيل مطالعة الصحف والمجلات فكانت كالتالي:

وول ستريت جورنال

منفذون صناعيون	٨٤ %	أصحاب ثروات كبيرة	٦٥ %
رجال الكونغرس	٣١ %		

واشنطن بوست

رجال الكونغرس	٨٢ %

نيوز ويك

العاملون في المؤسسات الصحفية	٨١ %	رجال الكونغرس	٦٨ %
منفذون صناعيون	٥٩ %	زعماء أحزاب سياسية	٥٣ %
كبار موظفي الخدمة المدنية	٤٠ %		

نيويورك تايم مغازين

العاملون في المؤسسات الصحفية	٧٨ %	منفذون صناعيون	٤٦ %

كبار موظفي الخدمة المدنية	٤٠ %	رجال الكونغرس	٣٠ %
زعماء أحزاب سياسية	٢٣ %		

تايم

العاملون في المؤسسات الصحفية	٧٦ %	منفذون صناعيون	٧٠ %
رجال الكونغرس	٦٦ %	زعماء أحزاب سياسية	٥٨ %
كبار موظفي في الخدمة المدنية	٣٦ %		

يو إس نيوز إند وورلد ريبورت

رجال الكونغرس	٧٠ %	زعماء أحزاب سياسية	٦٥ %
منفذون صناعيون	٥٠ %	كبار موظفي الخدمة المدنية	٣٠ %
العاملون في المؤسسات الصحفية	٢٤ %		

نيويورك تايمز

رجال الكونغرس	٦٧ %	منفذون صناعيون	٦٤ %
أصحاب الثروات الكبيرة	٥٤ %		

بيزنس ويك

منفذون صناعيون	٦٣ %	زعماء أحزاب سياسية	٢٦ %

كبار موظفي الخدمة المدنية	٢١ %	رجال الكونغرس	٢٠ %
العاملون في المؤسسات الصحفية	١٩ %		

لايف

العاملون في المؤسسات الصحفية	٦١ %	رجال الكونغرس	٤٨ %
زعماء أحزاب سياسية	٤٢ %	منفذون صناعيون	٣٣ %
كبار موظفي الخدمة المدنية	٢٥ %		

واشنطن ستار

رجال الكونغرس	٥٨ %

جورناليزم

العاملون في المؤسسات الصحفية	٥٨ %	رؤساء مؤسسات خيرية	٥ %
رؤساء اتحادات عمالية	٣ %	كبار موظفي الخدمة المدنية	٢ %

فورين إفيرز

العاملون في المؤسسات الصحفية	٢٢ %	رجال الكونغرس	١٦ %
زعماء أحزاب سياسية	١٤ %	رؤساء مؤسسات خيرية	١٤ %

ومن نتائج هذه الدراسة نتبين أن الشرائح الاجتماعية المدروسة تطالع الصحافة الدورية بنسب مؤية تتراوح ما بين ٨٤ % و ٢ %، وأن أكثر الصحف مطالعة بين رجال الكونغرس هي الواشنطن بوست ٨٢ %، وأقلها مطالعة هي الوول ستريت جورنال ٣١ %، ومن بين المجلات يو إس نيوز إند وورلد ريبورت ٧٠ % وأقلها فورين إفيرز ١٦ % أي أن رجال الكونغرس يفضلون مطالعة الصحف أكثر من المجلات، بفارق واضح.

كما وبينت الدراسة أن أكثر الشرائح الاجتماعية الداخلة في الدراسة مطالعة للصحف والمجلات، هي من العاملين في المؤسسات الصحفية، وأن هذه الشريحة تميل لمطالعة المجلات أكثر من الصحف.

وبقي التأكيد على أن دراسات عادات المطالعة والاستماع والمشاهدة، لدى قادة الرأي، ومن ثم دراسة مضمون الرسالة الإعلامية، المبنية على نتائج تلك الدراسات، تسمح للمخططين الإعلاميين بزيادة فاعلية وتأثير الحملات الإعلامية، وللمخططين السياسيين من زيادة فاعلية دور وسائل الإعلام الجماهيرية، كواحدة من أدوات تنفيذ السياسة الرسمية للدولة، وكمصدر نافع من مصادر المعلومات لرسم تلك السياسة. وتوسيع دورها في عملية التبادل الإعلامي المحلي والدولي.

الفصل الثالث

التدفق الإعلامي الدولي والتبادل الإعلامي الدولي

يمثل الاستقلال السياسي للعديد من دول العالم إثر انهيار المنظومة الاشتراكية التي كان يقودها الاتحاد السوفييتي السابق، أحد خصائص النظام الدولي الجديد الآخذ بالتبلور خلال العقد التاسع من القرن العشرين. ورغم ذلك فإن الظروف العالمية الراهنة تظهر اتجاه بعض الدول إلى تبني هيمنة وتأثير بعض الدول المعينة، على هذا النظام الدولي الجديد والآخذ بالتبلور. بينما تتجه دول أخرى لرفض تلك الهيمنة والتأثير عليها، إضافة للسعي الحثيث للعديد من شعوب المناطق المضطربة والداخلة ضمن الحدود السياسية لبعض الدول، إلى الاستقلال السياسي عنها والتمتع بالسيادة القومية على أراضيها.

وقد كان لمعادلة القوى تأثيرها على التبادل الإعلامي الدولي، كنتيجة للتقدم التكنولوجي والعلمي في مجال تقنيات الاتصال، فقد أصبحت الدول أكثر ارتباطا وقرباً من بعضها البعض أكثر من ذي قبل،[٤٦] وأصبح للاتصال والتبادل الإعلامي الدولي دور متميز في العلاقات الدولية، خاصة فيما يتعلق بمكونات الشخصية القومية لمختلف الشعوب، وتشكيل وتوظيف السياسة الخارجية للدول، ووسائل السياسات الدولية بشكل عام. ويمثل عدم التوازن والتفاوت في الاتصال والتبادل الإعلامي الدولي، بين مختلف دول العالم، أحد الأبعاد الهامة في السياسة الدولية. وهذا يؤكد أن التدفق الحر للمعلومات لابد أن يكون أكثر من مجرد تدفق معلومات في اتجاه واحد. وليصبح التدفق حراً لابد من تحقيق شئ من التوازن الحقيقي بين الدول. وقد يحدث عدم التوازن داخل دورة التبادل الإعلامي الدولي بأشكال مختلفة، مثلاً:

- بين الدول المتقدمة والدول الأقل تقدماً والدول النامية؛
- بين الدول ذات النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية المختلفة؛
- بين الدول المتقدمة المنتمية لنفس المنظومة السياسية، وخاصة من حيث الإمكانيات، بين الدول الكبيرة والدول الصغيرة؛

[٤٦] Carol H. Wese: What America's Leaders Read. Public Opinion Quarterly, Voi. XXXVIII. No. ١. Spring ١٩٧٤, pp. ١-٢٢.

- بين الدول النامية نفسها، الدول الفقيرة ذات الدخل المنخفض، والدول الغنية ذات الدخل المرتفع، من عائدات الموارد الطبيعية مثلاً؛
- بين الأنباء المشجعة والأنباء السيئة.

وكل هذه الأشكال من حالة عدم التوازن، لا تقتصر فقط على التدفق الإعلامي والاتصال والتبادل الإعلامي الدولي فقط، بل تتعداها إلى جمع وإعداد ونشر المعلومات لأغراض التطور العلمي، ونقل التكنولوجيا المتطورة الجديدة، وحاجات الاقتصاد الوطني ... الخ. وبالتالي يؤدي هذا إلى اتساع الفجوة بين الدول المرسلة، أي منابع التدفق الإعلامي الدولي، وبين الدول المستقبلة، أي المستهلكة للمادة الإعلامية الدولية.

وقد دعت الدول المنتسبة لبعض التكتلات الدولية، كمنظمة الدول غير المنحازة، ومنظمة المؤتمر الإسلامي، والمنظمات الإقليمية كجامعة الدول العربية، ومنظمة الوحدة الإفريقية، وغيرها من المنظمات، إلى استقلالية وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، وإلى تحقيق التوازن في تدفق الأنباء والتخفيف من آثارها السلبية، ونادت هذه الدول بإقامة نظام عالمي جديد للتبادل الإعلامي الدولي، ليحل مكان النظام القديم، من خلال بناء نظام دولي للاتصال أكثر حرية ومرونة، وأكثر عدلاً وفاعلية وتوازناً، نظاماً جديداً مبنياً على أسس المبادئ الديمقراطية وتكافؤ الفرص بين مختلف دول العالم.[٤٧]

ويرتبط التدفق الإعلامي، ونظام الاتصال الدولي، والتبادل الإعلامي الدولي، بمفاهيم متداخلة، مثل (حرية الإعلام)، و (التدفق الحر للإعلام)، و (التدفق المتوازن للإعلام)، و (النمو الحر للوسائل الإعلامية).

كما وهناك بعض الصعوبات الناتجة عن تصرفات البعض السياسية، التي تعيق حرية التبادل الإعلامي الدولي، ويمكن تداركها بسهولة لو توفرت النوايا الحسنة، مثل: استخدام العنف الجسدي ضد الصحفيين، والتشريع القمعي، والرقابة المجحفة، وإدراج أسماء الصحفيين في القوائم السوداء، ومنعهم من النشر، وحظر انتقال الصحف والمجلات

---

[٤٧] Sean MacBride and Others: One World: Many Voices More Efficient World Inform-Just and Towards a New Moreation and Communication Order, Paris:Unesco, ١٩٨٠, p. ٣٤.

والكتب ومنع استيرادها، أو تصديرها في بعض الأحيان من قبل الدول المتقدمة، خوفاً من تسرب التكنولوجيا المتطورة.

وقد استخدم مبدأ التدفق الحر للإعلام كوسيلة سياسية في الصراع بين الدول الاشتراكية بقيادة الاتحاد السوفييتي السابق، والدول الرأسمالية المتطورة بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، إبان سنوات الحرب الباردة. ووسيلة اقتصادية من قبل الدول الغنية لتحقيق أهداف سياستها الخارجية في الدول النامية. ولهذا رأت الدول النامية في مبدأ التدفق الحر للإعلام، تأكيداً لسيطرة عدد قليل من الدول الصناعية المتقدمة على سيل المعلومات المتدفقة إلى الدول النامية. وترى أن حرية الإعلام تعني أن يكون تدفق المعلومات باتجاهين، تأكيداً للعدالة في التبادل الإعلامي الدولي.

وقد أدى مبدأ التدفق الحر للإعلام، إلى تدفق أحادي الجانب للمعلومات والرسائل الإعلامية، والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، وبرامج الكمبيوتر والمنتجات الثقافية من الدول المتطورة صناعياً إلى الدول الصغيرة الأقل تطوراً والدول النامية، مما عزز من سيطرة مراكز القوى في العالم، وأحكم سيطرتها على عملية التدفق الإعلامي من الشمال الغني إلى الجنوب الفقير.

والتدفق الإعلامي باتجاه واحد الذي يعتمد على أنماط تاريخية وثقافية معينة، يؤثر حتى على بعض الدول الداخلة في إطار إقليم جغرافي واحد، إذ نرى في أوروبا أن بعض الدول تسيطر على سيل المعلومات المتدفقة من القارة الأوربية، وتتجاهل وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية لهذه الدول المسيطرة، الإنجازات الضخمة والنجاحات التي حققتها بعض الدول الأوربية الصغيرة، أثناء بثها للمعلومات من خلال عملية التبادل الإعلامي الدولي.

وعلى هذا الأساس فإنه يمكننا الخروج بالاستنتاجات التالية:

- أنه هناك سيل جارف من المعلومات باتجاهين بين دول شمال القارة الأمريكية، والقارة الأوربية؛

- أنه هناك اتجاه واحد للتدفق الإعلامي، يتركز من شمال الكرة الأرضية إلى جنوبها، يستقبل من خلاله العالم أكثر من ٩٠ % من المواد الإعلامية عبر لندن وباريس ونيويورك.

ويظهر هذا بوضوح في عدم التوازن في إنتاج الصحف والمجلات والكتب والبرامج الإذاعية والتلفزيونية، وغيرها من المواد الإعلامية، ونشرها وتوزيعها عبر الشبكات الدولية لوسائل الإعلام الجماهيرية، ويعكس في نفس الوقت الوضع الحقيقي للتبادل الإعلامي الدولي. وكانت ردة فعل الدول المتقدمة والمسيطرة على وسائل الاتصال والتدفق الإعلامي بشكل عام، غير مرضية، على مساعي مجموعة الدول غير المنحازة لتقوية وضعها في التبادل الإعلامي الدولي.[٤٨]

ويعد التدفق الإعلامي في اتجاه واحد، انعكاساً لسيطرة النظم السياسية والاقتصادية للدول المتطورة والمسيطرة في العالم، والتي تؤكد دائماً على تبعية الدول الأقل تطوراً والدول النامية للدول المتقدمة، من خلال تركيز وسائل إعلامها الدولية على الأزمات والصراعات والصدامات العنيفة.

كما ويعد التدفق الإعلامي الدولي رأسياً، بدلاً من أن يكون أفقياً كونه أحادي الجانب، يأتي من الأعلى من الدول المتقدمة، إلى أسفل للدول الأقل تطوراً والدول النامية. وكل ما سبق ذكره يظهر معادلة القوى في التبادل الإعلامي الدولي، في إطار العلاقات الدولية.

ومن الظواهر الواضحة في التبادل الإعلامي الدولي، بعد التطور الهائل في وسائل الاتصال الحديثة، طرح المعلومات كسلعة وخدمات تتمثل في نقل وحفظ واسترجاع البيانات والمعلومات، واحتلال الأنشطة التجارية حيزاً كبيراً من المساحة الإعلامية، وهو ما تظهره الصحف والمجلات والبرامج الإذاعية والتلفزيونية وبرامج الحاسب الآلي في القنوات والشبكات العالمية، مما يقلل من القيمة الثقافية والاجتماعية لوسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، من ضمن عملية التبادل الإعلامي الدولي.

التدفق الإعلامي الدولي من وجهة نظر تحليل المضمون:

ومن الدراسات التي جرت وتناولت التدفق الإعلامي الدولي، الدراسة التي قام بها جو*هان جالتونج* Gohan Galtung ودرس خلالها اتجاه التدفق الإعلامي الدولي، وخرج بنتيجتها بالنمط الذي قدمه (المركز -

---

[٤٨] د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠. ص ٧٢.

الهامش) في دراسته عن النظرية الهيكلية للاحتكار الدولي. وقد قسم العالم إلى جزأين " المركز " الذي يمثل الدول المسيطرة، و" الهامش " الذي يمثل المناطق التابعة لتلك الدول. وخرج بنتيجة مفادها أن التفاعل الرأسي يعد العامل الرئيسي الذي يؤكد انعدام المساواة بين دول العالم. وخلص *جالتونج* إلى الاستنتاج التالي:

- ✓ أن " المركز " يسيطر على تدفق الأنباء في العالم؛
- ✓ وأن الأنباء الذي تتحدث عن " المركز " تشغل الحيز الأكبر من مضمون الأنباء الأجنبية في وسائل الإعلام الجماهيرية لدول " الهامش "، أكثر مما تشغله أنباء دول "الهامش" في وسائل الإعلام الجماهيرية لدول "المركز"؛
- ✓ وأنه هناك تدفق إعلامي أقل نسبياً للأنباء ضمن مجموعة دول "الهامش"؛
- ✓ وأن التدفق الإعلامي الدولي، يعد واحداً من المجالات الرئيسية للاتصال والتبادل الإعلامي الدولي؛
- ✓ وأن الوكالات الأربع للأنباء AP, AFP, UPI, Reuters تعد من المصادر الإعلامية المسيطرة على تدفق الأنباء الخارجية لمعظم دول شمال القارة الأمريكية، وغرب القارة الأوروبية، وقارات آسيا وإفريقيا وأمريكا اللاتينية. وأن وكالة أنباء TASS السوفييتية تعتبر المصدر الرئيسي لمعظم الدول الاشتراكية قبل انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفييتي السابق.

ويتمثل الحجم الإجمالي للأنباء التي توزعها الوكالات الرئيسية الأربع للأنباء في العالم بحوالي ٣٢,٨٥٠,٠٠٠ كلمة يومياً موزعة بين تلك الوكالات كالتالي:

١٧,٠٠٠,٠٠٠	AP
١١,٠٠٠,٠٠٠	UPI
٣,٣٥٠,٠٠٠	AFP
١,٥٠٠,٠٠٠	Reuter

كلمة يومياً[٤٩]	٣٢,٨٥٠,٠٠٠

كما ويوضح الجدول التالي حجم الأنباء التي توزعها يومياً بعض وكالات الأنباء الأخرى في العالم:

وكالة الأنباء		**حجم الأنباء الموزعة يومياً**
غرب ألمانيا	DPA	١١٥,٠٠٠
إيطاليا	ANSA	٣٠٠,٠٠٠
إسبانيا	EFE	٥٠٠,٠٠٠
يوغوسلافيا	Tanjug	٧٥,٠٠٠
--	APS	١٠٠,٠٠٠
المجموع		١,٠٩٠,٠٠٠

وهذا يوضح مدى سيطرة الوكالات الأربع الرئيسية للأنباء في العالم، على التدفق الإعلامي الدولي، إضافة لسيطرتها على بث المواد التلفزيونية المصورة أيضاً.

كما وتوضح الدراسات أن هذه الوكالات تركز في أنبائها على الأخبار السلبية والسيئة عن الدول الأقل تطوراً والنامية في العالم، كالفساد والعنف، والكوارث، أكثر من تناولها للأنباء الخاصة بالتنمية الاجتماعية والاقتصادية والعلمية وإحتياجاتها، بتأكيد على الأحداث الجارية دون تناول العوامل المسببة لتلك الأحداث. إضافة لتركيز هذه الوكالات على الصفوة في المجتمع، أكثر من اهتمامها بالقطاعات العريضة من المجتمع. كما وأوضحت تأثير الفوارق الاجتماعية والثقافية بين شعوب العالم على التدفق الإعلامي الدولي، تلك الفوارق التي تشكل عائقاً أمام التبادل الإعلامي الدولي.

وأظهرت الدراسات أن التلفزيون يعتبر من أكثر وسائل الإعلام الجماهيرية تأثيراً على الجمهور الإعلامي، وتؤكد تأثيره النسبة المرتفعة

[٤٩] Paul A. V. Ansah: Intenational News: Mutual Responsibilities of Developed and Developing Nations in World Communication. Edited by Gerbner & Siefert, N. y., Longman inc, ١٩٨٤, pp. ٨٣-٨٥.

لساعات المشاهدة يومياً، في أوساط المشاهدين للبرامج التلفزيونية.[٥٠] ويعد التدفق الإعلامي الدولي عبر القنوات التلفزيونية الفضائية، مؤثراً بصورة خاصة على النساء والأطفال الأكثر تعرضاً للبرامج التلفزيونية في الدول المتقدمة، ومجمل سكان الدول الأقل تقدماً، وأن النموذج الإعلامي التلفزيوني الغربي المسيطر، أو النموذج الاشتراكي الآخذ بالأفول، لا يلبيان الحاجات الإعلامية للدول النامية.

ويعد التبادل الإعلامي الدولي، أحد الاتجاهات الرئيسية للتدفق العالمي للاتصال ونقل البيانات والمعلومات، حيث يتزايد اعتماد البنوك، وشركات التأمين العالمية، وخطوط النقل الجوي، وشركات الملاحة البحرية، والشركات متعددة الجنسية، ووكالات الأنباء .. وغيرها، على وسائل الاتصال الحديثة من تلكس وفاكس وشبكات المعلومات الدولية عبر خطوط الهاتف والأقمار الصناعية المخصصة لأغراض الاتصال.

وقد أصبح هذا النوع من الاتصال الدولي ممكناً، بفضل التطور العلمي والتقني الهائل في نظم الاتصال الإلكترونية عبر الفضاء. مما سمح للولايات المتحدة الأمريكية الأكثر تطوراً في وسائل الاتصال الفضائية والإلكترونية، والتي تملك أوسع شبكة معلومات منتشرة عالمياً (الانترنيت)، لاحتلال موقع المسيطر في هذا المجال الحيوي للاتصال في العالم. وعلى سبيل المثال في عام ١٩٨١ كانت الولايات المتحدة الأمريكية وحدها مسؤولة عن نقل وتوزيع ٨٠ % من البيانات والمعلومات في العالم. بفضل ثورة الحاسبات الإلكترونية التي توغلت في كل مناحي الحياة وامتزجت بكل وسائل الاتصال واندمجت معها، ولعل شبكة الانترنيت الأمريكية الشهيرة تمثل جوهر ذلك الامتزاج حيث يتم تخزين معلومات واردة من ٢١ ألف شبكة معلومات بشكل منظم منسق يسهل عملية استرجاعها بواسطة أي مستخدم، من خلال الحاسبات الإلكترونية، ثم تقوم بعد ذلك بواسطة تقنيات الاتصال المتطورة التي توظف الخطوط الهاتفية والأقمار الصناعية في توصيلها إلى ٣٣ مليون مشترك في جميع أنحاء العالم.[٥١]

---

[٥٠] Hamid Mowlana: International Flow of Information: a Global Report and Analysis, Paris: Unesco, ١٩٨٥, pp. ٢١-٢٣; Ithiel de Sola Pool: The Changing Flow of Television, Journal of Communication, Spring ١٩٧٧.

[٥١] C. Anthony Giffard: The Inter-Press Service: New Information for a New Order, Journalism Quarterly, Spring ١٩٨٥. pp. ١٧-١٨.

التبادل الإعلامي الدولي وتكوين وجهات النظر:

International Flow and Images

تساهم وسائل الإعلام الجماهيرية في خلق التصور وفهم أو سوء فهم أو عدم فهم الشعوب لبعضها البعض، وقد تكونت هذه الظاهرة، كنتيجة حتمية لانعدام التوازن في التدفق الإعلامي الدولي، ونتيجة للتشويه Distortion الناتج عن وصف الدول الأقل تطوراً، والدول النامية من خلال المواد التي تنشرها وتبثها مصادر الأنباء المسيطرة في العالم، بشكل سلبي يعطي صورة الاضطراب والفوضى والعنف والفساد والفشل عن تلك الدول.

وقد خلصت بعض الدراسات إلى أن قيام الأفراد ببناء وتقويم التصور الذهني لدى الشعوب، تماثل عملية قيامهم ببناء الصورة الذهنية الواقعية. وأن قيمة أحكامهم ترجع إلى خليط من العوامل الجغرافية والسياسية والعرقية Ethnic أو إلى جوانب أخرى عن هذه الدول. ويميل القائمون بالاتصال في الدول الغربية عامة، إلى التأكيد على الصراعات والأحداث المشؤومة، مع التركيز على التأثيرات السلبية في تقويمهم للحكومات أو المجتمعات.

كما خلصت بعض الدراسات الميدانية إلى نتيجة مفادها، أن التعليم في كل بلد يظل العامل المستقل والمسيطر على عملية التنبؤ المعرفي، حتى وبعد إضافة عوامل التعرض لوسائل الإعلام الجماهيرية. وأن الرجال أكثر ميلاً من النساء للتعرف على الخصائص الجغرافية والاجتماعية والاقتصادية المتعلقة بالبلاد.

ويتأثر التصور الذهني لدى الإنسان، من خلال أخبار العالم التي يتعرض لها بأوجه القصور التالية:

- أن الأنباء الدولية تركز على الغرب Western centric أساساً، لأن مصادر الأنباء هي غربية بشكل عام؛
- وأن التغطية الإخبارية للدول النامية يتم بطريقة سلبية واضحة؛
- وأن الأنباء الدولية تميل للتعقيد بدلاً من أن تميل للبساطة والوضوح.

ومما سبق كله نستطيع الخروج بخلاصة مفادها، أن التدفق الإعلامي الدولي يخدم ويؤكد أساساً تكوين التصور الذهني الإيجابي عن الغرب وحده. في نفس الوقت الذي يكون فيه التصور الذهني السلبي عن الأقل تطوراً والدول النامية، رابطاً بين تلك الدول والجوانب السلبية من عنف وفساد وإرهاب وعنف وفشل ... الخ، من صور التشويه في إطار التدفق الإعلامي والتبادل الإعلامي الدولي.

التبادل الإعلامي الدولي والتعاون الدولي:

ولمواجهة المشاكل التي خلقها التدفق الإعلامي الدولي للدول النامية، طالبت هذه الدول عبر المحافل الدولية، بإقامة نظام عالمي جديد للتبادل الإعلامي الدولي. لتحقيق العدالة وتحسين وضع الدول النامية في عملية التدفق الإعلامي الدولي. وقد تحقق تحسن ملحوظ في إطار التدفق الإعلامي الدولي، بين الدول النامية والدول الصناعية المتقدمة، بعد ظهور بعض الأنظمة الإعلامية الجديدة، وإنشاء العديد من وكالات الأنباء التابعة للتجمعات الدولية والإقليمية. ومن ضمن تلك الوكالات، وكالة الأنباء الدولية: Service The Inter Press (IPS) المتخصصة بتوزيع أنباء الدول النامية، والعمل على تدعيم وتشجيع ربط التبادل الإعلامي الأفقي بين الدول النامية، وتوزيع أنبائها على وسائل الإعلام في أوروبا وأمريكا الشمالية. وافتتحت هذه الوكالة مكاتب لها في أكثر من ٦٠ دولة ثلثيها في الدول النامية.

وعقدت وكالة الأنباء الدولية IPS اتفاقيات ثنائية مع ٣٠ وكالة أنباء وطنية في الدول النامية، لتبادل الأنباء بينها. إضافة لتركيزها على قضايا التنمية الاقتصادية والاجتماعية والعلمية، والتطور الحاصل في الدول النامية. كما عقدت وكالة الأنباء الدولية اتفاقيات مع عدد من وكالات منظمة الأمم المتحدة لتغطية أخبار أنشطتها المختلفة.[٥٢]

وتحصل وكالة الأنباء الدولية IPS على ٧٠ % من الأنباء التي توزعها، من مراسليها الموزعين في مختلف دول النامية. أما الـ ٣٠ %

---

[٥٢] د. محمود علم الدين: ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال. السياسة الدولية العدد ١٢٣، مؤسسة الأهرام، القاهرة يناير ١٩٩٦؛ د. عارف رشاد: التعامل مع انترنيت: العالم رهن إشارتك. مجلة عالم الكمبيوتر العدد ٨٦، السنة الثامنة، فبراير ١٩٩٥. ص ١٨-٢٢. والعدد ٨٧، مارس ١٩٩٥. ص ١٨-٢٣؛ د. عارف رشاد: انترنيت: نشأتها، تطورها، حجمها، وسبل الولوج إليها. مجلة الكمبيوتر والاتصالات والإلكترونيات العدد ٧، المجلد ١٢، سبتمبر ١٩٩٥. ص ٢٦-٧٤.

الباقية فتحصل عليها من وكالات الأنباء الوطنية في الدول النامية، التي أبرمت معها اتفاقيات تبادل إعلامي، بالإضافة لبعض وكالات الأنباء الصغيرة.

وتوزع وكالة الأنباء الدولية IPS أخبارها يومياً، من خلال شبكتين رئيسيتين ناطقتين باللغتين الإسبانية حوالي ٣٠,٠٠٠ كلمة يومياً، والإنجليزية ٢٠,٠٠٠ كلمة يومياً. إضافة لترجمة وتوزيع مجموعة مختارة من تلك الأنباء إلى اللغات الفرنسية والألمانية والعربية والبرتغالية والهولندية والنرويجية والسويدية.

ويوضح الجدول التالي توزيع وكالات الأنباء الوطنية للدول النامية وغيرها المشاركة في شبكة توزيع أنباء وكالة الأنباء الدولية IPS:

الشبكة الناطقة بالإسبانية SPANISH NETWORK		الشبكة الناطقة بالإنجليزية ENGLISH NETWORK	
البلد	الوكالة	البلد	الوكالة
فنزويلا	VENPRESS	ليبيا	JANA
المكسيك	NOTIMEX	العراق	INA
يوغسلافيا	TANJUG	الإمارات العربية المتحدة	WAM
إسبانيا	COLPISA	نيجيريا	MANE
نيكاراغوا	ANN	قطر	QNA
الدولية	IFDA	تونس	TAP
كوبا	P. L	سري لانكا	LAKAPUVAT
بوليفيا	BOLPRESS	فلسطين	WAFA
المكسيك	ILET	تونس	IPS - TAP
قطر	QNA	ليبيا	IPS - JANA
كولومبيا	COLPRESS	النمسا	APA
الإكوادور	ECUAPRESS	غرينادا	GNA

العراق	INA	الفلبين	PNA
ليبيا	JANA		
الإمارات العربية المتحدة	WAM		
بنمـــا	PANAPRESS		
الدومنيكان	DOMPRESS		
نيجيريا	NAN		
نيبال	RSS		

ومن ذلك كله نستنتج أن وكالة الأنباء الدولية IPS تشارك بشكل مختلف تماماً في التدفق الإعلامي الدولي، وفي عملية التبادل الإعلامي الدولي، فهي تعكس الوضع في الدول النامية بكل مشاكله وتحدياته، وتسعى إلى خلق تأثير إيجابي في المعرفة والآراء واتجاهات الرأي العام الدولي المتعلقة بقضايا الدول النامية.

وخلاصة القول فإن التدفق الحر للإعلام في وضعه الراهن، ليس أكثر من تدفق لسيل من المعلومات باتجاه واحد يخدم مصالح الدول الصناعية المتقدمة، المسيطرة على وسائل الاتصال الحديثة. وأن الدول النامية تنظر بقلق بالغ نحو الواقع المؤلم لها، والمتمثل بسيطرة الدول الصناعية المتقدمة على وسائل الاتصال الحديثة، ومصادر الأنباء وتوظيفها لصالح دعاياتها على حساب المصالح الوطنية للدول النامية العاجزة اقتصادياً وتقنياً وعلمياً عن حل هذه المعضلة التي تقف عاجزة أمامها.

وأن التبادل الإعلامي الدولي بحد ذاته هو تبادل رأسي، لا يراعي متطلبات التبادل الأفقي بين كل دول العالم، وفي أكثر الأحيان يكون تدفقاً إعلامياً باتجاه واحد، ووجهة نظر واحدة تعبر عن رأي القوي المسيطر فقط.

ووفقاً لنموذج *جوهان جالتونج* Ghan Galtung " المركز والهامش " فإن العالم مقسم إلى جزأين غير متكافئين هما: " المركز " المسيطر وتمثله الدول الصناعية المتقدمة، وهي قليلة العدد، و " الهامش " الأقل

تطوراً والمتخلف والذي يمثل دور التابع في النموذج، ويتفاعل مع التبادل الإعلامي الدولي رأسياً من فوق (الدول المتطورة صناعياً) إلى أسفل (الدول الأقل تطوراً والدول النامية). إضافة لسيطرة الوكالات الأربع للأنباء في العالم AP, UPI, Reuter, AFP على مصادر الأنباء الأجنبية في معظم دول العالم. من خلال توزيعها حوالي ٣٢,٨٥٠,٠٠٠ كلمة في اليوم. إضافة للصور والمواد التلفزيونية المصورة. وأن تصاعد دور تكنولوجيا وسائل الاتصال الحديثة، وخاصة شبكات الكمبيوتر العالمية،[٥٣] وقنوات التلفزيون الفضائية، في عملية التبادل الإعلامي الدولي، قد يسهم في التخفيف من أحادية الجانب المسيطرة حالياً. ويساعد على ظهور نظام إعلامي دولي جديد مازالت الدول النامية تطالب به. لمواجهة مشاكل التدفق الإعلامي الذي يشوه صورة الدول النامية من خلال تركيزه على السلبيات دون الإيجابيات في تلك الدول. نظام إعلامي جديد يقوم بدور أكثر فاعلية في التفاهم الدولي والعلاقات الدولية بشكل عام.

وهذا بحد ذاته يحتاج إلى الاستمرارية والصبر وعدم التراجع من قبل الدول الأقل تطوراً والدول النامية. للانتقال إلى وضع أفضل ومناسب، يستفيد من التغييرات العالمية السريعة والتطورات التي تلت انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفييتي، وهيأت العالم لتقبل نظام دولي جديد بعيد عن ظروف الحرب الباردة بين الشرق الغرب ونتائجها على الدول النامية.

وهذا يرتبط بتغييرات فعالة وجذرية في بنى وسياسات عديدة، للتخلص من المعوقات التي تقف حائلاً دون ظهور نظام إعلامي دولي ديمقراطي جديد. يشمل تطوير النظام الدولي للاتصال ليتمشى والتحديات القائمة، من قضايا مثل: *القائم بالاتصال، ومضمون الإتصال، ووسائل الاتصال، وجمهور الإتصال، وتأثير الاتصال، وأهداف الاتصال. واختيار أنسب العناصر الملائمة للتبادل الإعلامي الدولي*، ليسهم على المدى القريب في تحسين وضعية الدول النامية والدول الأقل تطوراً في إطار نظام إعلامي ديمقراطي عالمي جديد.

---

[٥٣] د. محمود علم الدين: ثورة المعلومات ووسائل الإتصال. التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الإتصال. مجلة السياسة الدولية العدد ١٢٣- يناير ١٩٩٦. ص ص ١٠٢-١١٦.

والدعوة إلى نظام إعلامي جديد، ليست سوى دعوة من قبل أكثرية دول العالم لتحقيق العدالة والتوازن في عملية التدفق الإعلامي.[٥٤] وهي دعوة للتأثير المعنوي لا أكثر، لأن تغيير واقع النظام الإعلامي الدولي، وتحسين ظروف التبادل الإعلامي الدولي لا يتم إلا بالاعتماد على النفس، والسعي الدائم من قبل الدول النامية لتطوير إمكانياتها الاقتصادية والتكنولوجية والعلمية، وإقامة وسائل إعلام جماهيرية حديثة قادرة على مخاطبة الرأي العام الدولي دون وسيط.

أساليب وتقنيات وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية:

أشارت بعض البحوث العلمية إلى أهم عناصر نجاح حملات الدعاية الموجهة والإعلام والموجه للجمهور الإعلامي في الخارج، وهي الأساليب والتقنيات والتكتيكات التي يستخدمها الصحفيون للوصول إلى النجاح، وإقناع القارئ والمستمع والمشاهد، بما يقدمونه له وصولاً للأهداف المرسومة في الخطة الإعلامية. وبينت أن الأساليب المستخدمة في الحملات الإعلامية والدعائية الدولية، تساعد على:[٥٥]

جذب انتباه مستقبل الرسالة الإعلامية Audience وتشده إلى مضمونها من خلال مراعاتها لاهتماماته وميوله الثقافية. عندما تعتمد على أسلوب شيق لصياغة المادة الإعلامية بشكل تصبح معه قابلة للتصديق credibility بعيدة عن الشك أو التشكيك لأن ذلك يؤدي إلى استغلال هذا الشك أو التشكيك من قبل الدعاية المضادة، ويصبح الشك أو التشكيك عنصر إضعاف للحملة الإعلامية عائقاً لوصولها إلى النتائج المرجوة من الحملة الإعلامية والدعائية.

واستخدام تقنيات الكذب lie technique وحبكه بشكل محكم يحرك مشاعر مستقبل الرسالة الإعلامية ليصعب عليه اكتشاف الكذب المخفي

---

[٥٤] د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠. ص ٨٤.

- International Information and Communication Order. Source Book, Prague: International Organization of Journalists, ١٩٨٦.

[٥٥] Ralph k. Whito: Propaganda, Morally Questionable and Morally Unquestionable Techniques, The Annals of the American Academy of Political and social Science, Vol. ٣٩٨, Nov. ١٩٧١. pp. ٢٦-٣٥; Charles A. Siepmann: Propaganda Techniques, Voice of the people Readings in Public Opinion and Propaganda, Edited by Reo M. Christenson and Robert O. Mc Williams, ٢nd Edition, New York, Mc Graw - Hill Book Company. ١٩٦٧. pp. ٣٣١-٣٣٩.

داخل الرسالة الإعلامية. كما وتسعى الحملات الإعلامية الدعائية إلى توريط Action Involvement مستقبل الرسالة الإعلامية، وشده للمشاركة معها في العمل مجبرة إياه على تأييد خطتها وأسلوبها في العمل، والبحث عن تبريرات لتأييده لها.

كما وتستخدم وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية في حملاتها الدعائية، أسلوب التكرار Repetition وعرض الموضوع أكثر من مرة للتأكد من وصوله إلى الجمهور الإعلامي المقصود والتأكد من تحقق أكبر قدر ممكن من التأثير المطلوب، ويتم ذلك عادة بمراعاة الوقت الملائم والظروف المؤاتية والوسائل الناجعة للتكرار.

وتستخدم كذلك أسلوب المبالغة Exaggeration بشكل يصعب معه اكتشافها من قبل القارئ والمستمع والمشاهد، للتهويل على الجمهور الإعلامي، وصولاً للحد الأقصى من التأثير المعنوي عليه. وتستخدم معه أسلوب الكذب والتضليل لتبرير أمور أو مواقف معينة جرت فعلاً.

ومن الأساليب الشائعة جداً أسلوب التلميح والغمز عند توجيه الاتهام لشخص ما أو جماعة معينة أو دولة بحد ذاتها، كون تأثير هذا الأسلوب أكبر من تأثير الاتهام المباشر على الجمهور الإعلامي. وكذلك تستخدم أسلوب عرض المواضيع بقالب يوحي بأنها حقيقة ثابتة، لا تقبل الجدل لمنع تسرب الشك إلى أذهان الجمهور الإعلامي.

وتسعي وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية دائماً للتقرب من الجمهور الإعلامي باستخدام أشخاص يعرفون ثقافة وميول ورغبات واستعداد مستقبل الرسالة الإعلامية، ويعرضون المادة الإعلامية بالصورة واللغة التي يفهمها جيداً الجمهور الإعلامي المستهدف،إضافة لمحاولة تقمص شخصية Identification القارئ والمستمع والمشاهد أثناء تنفيذ الحملات الإعلامية والدعائية.

وتلجأ وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، في حملاتها الإعلامية والدعائية إلى الاعتماد على المصادر الموثوقة Appeal to authority عند إعداد وصياغة المادة الإعلامية، بهدف زيادة الثقة لدى الجمهور الإعلامي وتدعيم تقبله للمادة الإعلامية الموجهة له. أو إلى التجاهل المتعمد Deliberate Omission لأحداث معينة أو ما تروجه وسائل الإعلام الجماهيرية والدعائية المضادة، من مواضيع لا يمكن الرد عليها بسبب ضعف الموقف المواجهة للدعاية المضادة.

كمـا وتلجـأ وسـائل الإعـلام الجماهيريـة الدوليـة إلـى اسـتخدام لغـة إعلامية واضحة من خلال العبارات المستخدمة تجنباً للالتباس في المعاني والتفاسـير، وتأكيـداً للوصـول إلـى الهـدف المرسـوم. أو تلجـأ إلـى الـربط المزيف False Association لترك مستقبل الرسالة الإعلامية، يتقبل موقفاً معينـاً ويـرفض موقفـاً آخـر، معتمـداً علـى خبراتـه السـابقة، دون وعـي أو إدراك أو تفكير. ويزداد أثر هذا الأسلوب علـى الجمهور الإعلامـي الـذي يتمتع بمستوى تعليمياً ضعيفاً.

وكثيراً ما تستخدم وسائل الإعلام الجماهيريـة الدولية فـي حملاتهـا الدعائيـة، العاطفـة وغريـزة القطيـع Herd Instinct فـي توجيـه الحملـة الإعلاميـة للجماعـات الإنسـانية التـي تـربط بينهـا روابـط مشـتركة كالـدين والعقيـدة أو العنصـر البشـري أو الجـنس أو البيئـة أو المهنـة أو العمـل أو الانتماء لتنظيم معين أو الاشتراك في حمل جنسية معينة.

ومعروف للجميع أنه من الصعب جداً تحديد مدى التزام، أو عدم التزام، وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية بأخلاقية العمل الصحفي، إذ قد تلجـأ فـي بعـض الأحيـان مضـطرة، أو عـن سـابق ترصـد وإصـرار إلـى أسـاليب وتقنيـات تتعـارض مـع أخلاقيـات العمـل الصـحفي المعروفـة والمعترف بها دولياً، في حملاتها الدعائية بقصد الوصول لأهداف معينـة. فـي نفس الوقـت الـذي تنفـي فيـه عـن نفسـها هـذه التهمـة، مؤكـدة التزامهـا بأخلاقيـات العمـل الصـحفي، لأن اعترافهـا بـالخروج عـن مواثيـق أخـلاق العمل الصحفي الدوليـة، يعنـي فقدان مصـداقيتها وانتهـاء دورهـا الإعلامـي الدولـي، وهذا وضع لا يستطيع قبوله أحد.

الجوانب الثقافية للتبادل الإعلامي الدولـي:

هنـاك جانـب ثقـافي للحمـلات الدعائيـة الدوليـة،[٥٦] يطلـق عليـه اسـم الدعايـة الثقافيـة الدوليـة International Cultural Propaganda وتـزداد فاعلية هذا الدور طردياً بالتناسب مع قوة ومكانة ودور الدولة التي تمارسه في النظـام الدولي. حيث تركز هذه الدولـة علـى نشر ثقافتهـا داخـل الـدول الأخرى، مما حذى بالبعض لوصف هذا النشاط الموجـه لمجتمعـات الـدول الأضـعف بالاسـتعمار الثقـافي Cultural Imperialism إلا أن تطـور

[٥٦] Arthur Goodfriend: The Dilemma of Cultural Propaganda. " Let It Be ", The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Voi. ٣٩٨, Nov. ١٩٧١. pp. ١٠٤-١١٢.

العلاقات الدولية، يقتضي تفاعلاً أكثر بين ثقافات مختلف الأمم. وهناك فرق واضح بين التفاعل الحر بين الثقافات، وبين فرض ثقافة معينة على حساب تحطيم الثقافة الأصلية لشعب معين، من خلال استغلال التبادل الإعلامي الدولي من قبل الدول المتقدمة، في حملات دعايتها الثقافية الموجهة للدول الأقل تطوراً والدول النامية.

ويدخل هذا النشاط الثقافي الهادف إلى التأثير على المجتمعات الأخرى ضمن الحملات الدعائية الدولية، ويشمل في طياته الآداب والفنون والتعليم والرياضة والتبادل الثقافي والمنح التعليمية ودعوة الصفوة من مثقفي الدول الأضعف لزيارة الدولة الأقوى والأكثر تطوراً للإطلاع على المنجزات الثقافية فيها.

وعلى سبيل المثال تمارس الولايات المتحدة الأمريكية حملاتها الدعائية الثقافية، من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية وهيئة الاستعلامات الأمريكية التي تمارس أنشطة متعددة خارج الولايات المتحدة، ومن خلال المكتبات والمراكز الثقافية المنتشرة في العديد من دول العالم.

ومن خلال سعيها الحثيث لنشر تعليم اللغة الإنكليزية وأنظمة التعليم الأمريكية في الخارج، وتقديم المنح الدراسية لطلاب من الدول الأخرى، واستيعاب الطلاب الوافدين من الدول الأخرى الراغبين في الحصول على التعليم في مؤسسات التعليم والجامعات الأمريكية. ومن خلال اتفاقيات التعاون الثقافي الموقعة بينها وبين الدول الأخرى، إضافة لبرامج المساعدات الثقافية الأمريكية للدول النامية.

أما بريطانيا فهي إضافة لوسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، تمارس حملاتها الإعلامية والدعائية والثقافية الدولية من خلال المجلس البريطاني[٥٧] الذي تمده بثلث مخصصاته المالية، مؤسسة التنمية البريطانية فيما وراء البحار Overseas Development Administration. وتدخل معظم الوظائف التعليمية التي يقوم بها المجلس البريطاني في إطار برنامج المعونة الفنية. ويعمل المجلس في أكثر من ثمانين دولة، بتعليم اللغة الإنكليزية، مركزاً على تدريب معلمي اللغة الإنكليزية في هذه الدول. وللمجلس البريطاني مكتبات في أكثر من خمسين دولة، ويعمل على تنمية

[٥٧] LE PETIT LAROUSSE: Dictionnaire encyclopedique. Larousse, Paris ١٩٩٣. p. ١١٢٤.

الاتصالات بين العلماء والفنانين والمهنيين وغيرهم من مثقفي الدول النامية، إضافة لإيفاده العديد من الدارسين من تلك الدول إلى إنكلترا للتحصيل العلمي والدراسي. وتختلف أوضاع العاملين في الخارج من موظفي المجلس البريطاني عن الدبلوماسيين المعتمدين. وفي حالات نادرة يكون ممثل المجلس في البلد المتواجد فيها ملحقاً ثقافياً في سفارة بلاده.

أما فرنسا فتمارس حملاتها الإعلامية والدعائية الثقافية الدولية، إضافة لوسائل الإعلام الدولية، من خلال رابطة أليانس فرنسيس Alliance Francaise الذي أحدث في عام ١٨٨٣ بهدف مضاعفة تأثير فرنسا في الخارج، ونشر الثقافة واللغة الفرنسية في العالم. ويتبع لرابطة أليانس فرنسيس ١٠١٠ لجنة وجمعية في الخارج تقوم بتنظيم المؤتمرات والاجتماعات، وافتتاح المكتبات. و٦٠٠ مركزاً منتشرة في أنحاء مختلفة من العالم.[٥٨]

والشائع أن تمارس الدول نشاط دعايتها الثقافية من خلال المراكز الثقافية التابعة لسفاراتها في الدول الأخرى، ويتولى إدارة تلك المراكز المستشارون أو الملحقون الثقافيون المعتمدون في السلك الدبلوماسي المتواجد في ذلك البلد. بينما تكتفي الدول غير القادرة على افتتاح مركز ثقافي لها في البلدان الأخرى، على نشاط المستشارين والملحقين الثقافيين المعتمدين في سفاراتها بالخارج.

وتبدلت الصورة بعد أن جاء عصر التخطي المعلوماتي للحدود القومية Informationalization خلال العشرين السنة الأخيرة، والذي يتضمن تحولات جذرية في وسائل تخزين، ومعالجة واسترجاع المعلومات، والنمو السريع لتقنيات وتجهيزات الاتصالات السلكية واللاسلكية من ميكروويف، وألياف بصرية، وتكنولوجيا الأقمار الصناعية للاتصالات، وبرامج الحاسب الآلي، والإذاعة والتلفزيون.[٥٩]

حاملاً معه ظاهرة الثقافة عابرة القوميات، وهي عملية أساسية يحل فيها بدرجات متفاوتة وفي سياقات مختلفة، تنظيم الشعوب في مجموعات " أفقية " محل تنظيمهم رأسياً في مجموعات وطنية، وبمعنى آخر ترتبط

---

[٥٨] Geoffrey Reeves: Communications and the Third World, London, Routledge, ١٩٩٣,p.١.

[٥٩] د. إلفت حسن آغا: النظام الإعلامي الأوروبي في عالم متغير. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٠٩، يوليو ١٩٩٣. ص ٣١٨.

الشعوب بعضها ببعض بأساليب إلكترونية، وليس بالجوار الجغرافي،[٦٠] وليس بالثقافة الوطنية أو القومية. ويذهب البعض إلى أن ظاهرة التخطي المعلوماتي، للحدود المعترف بها لدول العالم، أو الثقافة عابرة القوميات، هي ظاهرة الأمركة Americanization،[٦١] بسبب التفوق الأمريكي الواضح في هذا المجال.

ويثير التخطي المعلوماتي للحدود القومية والوطنية، تساؤلات محورية وأساسية ومهمة لكل المجتمعات، بغض النظر عن وضعها الاقتصادي الراهن أو الحالي أو المشاكل التي تواجهها أو الضغوط التي تتعرض لها.

وتتصل هذه التساؤلات بعدد من القضايا الأساسية، وهي: السيطرة الثقافية، والإنتاج الثقافي، وتوزيع الإنتاج الثقافي، والنفاذ إلى المعلومات السياسية والاقتصادية والاجتماعية....الخ للدول الأخرى. وخلق نظام إعلامي عالمي جديد، وتنظيم عمليات تدفق البيانات عبر الحدود، والتحكم فيها عن بعد، وتحديد سياسة الدولة في المجالات الاقتصادية والثقافية والاجتماعية ....الخ، وتنمية طاقات وطنية تكنولوجية وإنتاجية، وإعادة بناء الفهم لما هو وطني وقومي بالمعنى الثقافي والتاريخي والتراثي وغيره.[٦٢]

ولهذه القضايا المطروحة دائماً للبحث، بعدها العالمي وانعكاساتها على معظم دول العالم، إلا أنها تبدو بالنسبة للعديد من دول العالم الثالث، أكثر ضغطاً وإلحاحاً لآن الدول في إفريقيا وآسيا والشرق الأوسط، هي بالمعنى الجوهري من الدول التي بمعظمها قد استقلت حديثاً وما زالت تعاني من مشاكل التخلف الموروثة من العهد الاستعماري.[٦٣]

---

[٦٠] نفس المرجع السابق.

[٦١] Josiane Jouet & Sylvie: New Communication Technologies: Research Trends, Reports and Papers on Mass Communication, No. ١٠٥, Unisco, Paris, ١٩٩١, pp. ٢٧-٣٩.

[٦٢] د. محمود علم الدين: ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٢٣، يناير ١٩٩٦. ص ١٠٥.

[٦٣] Harold Beeley: The Changing Role of British International Propaganda, The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. ٣٩٨ Nov. ١٩٧١, pp. ١٢٥-١٢٧.

ونضيف إليها الدول المستقلة حديثاً بعد انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفييتي السابق، والتي تعاني من مشاكل الانتقال من النظام الاشتراكي، إلى النظام الديمقراطي الحر واقتصاد السوق والسيادة الوطنية، وتسعى حثيثاً لإيجاد مكان لائق لنفسها في النظام الإعلامي العالمي، وللمشاركة الفاعلة في عملية التبادل الإعلامي الدولي.

فاعلية التبادل الإعلامي الدولي:

تساعد وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية، على تكوين المواقف من القضايا المطروحة، أو تضخيمها. وتلعب دوراً كبيراً في عملية التغيير السياسي والاجتماعي والثقافي والفكري، لدى القراء والمستمعين والمشاهدين.

كما وتساعد وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية في تدعيم سلوك الجمهور الإعلامي من موقف معين، أو التشكيك به، أو رفضه، أو تغييره لصالح موقف جديد. وهذا متوقف على مدى تكثيف الحملة الإعلامية والوسائل المستخدمة فيها، ومدى وضوح موقف مستقبل الرسالة الإعلامية للقائم بالاتصال. أو تعرض مستقبل الرسالة الإعلامية لموقف إعلامي غير متماسك Cross Pressure أو لصور نمطية Stereotypes سبق لمستقبل الرسالة الإعلامية وتعرض لها، ومدى تحيزه من مضمون الرسالة الإعلامية بحد ذاتها.[٦٤]

ولابد للقائم بالاتصال من معايير خاصة يعتمد عليها، من أجل الوصول إلى فاعلية أكبر من الحملات الإعلامية الدولية، وإمكانيات أكثر للوصول إلى الأهداف المرسومة للحملة الإعلامية. ولابد من مقاييس يعتمد عليها المخططون للحملات الإعلامية، والقائمون بالاتصال لتحديد مدى نجاح أو فشل الحملة الإعلامية. ومن تلك المعايير مثلاً القدرة على التصدي للإعلام المضاد الموجه لنفس الساحة الإعلامية، ومدى قدرة وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية المستخدمة من قبل القائمين بالاتصال على انتزاع المبادرة من الإعلام المضاد والتوجه إلى الجمهور الإعلامي بشكل أكثر فاعلية في المواضيع المطروحة.

---

[٦٤] John Martin: Effectiveness of International Propaganda, The Annals of the American Academy of Political and social Science, Vol. ٣٩٨, Nov. ١٩٧١, p. ٦١.
- د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠. ص ٩٧-١٠٠.

والمعيار من الأمور الهامة جداً لقياس راجع صدى الرسالة الإعلامية، ومعرفة مدى نجاح الحملة الإعلامية. ولو أن الظروف الدولية من تأزم أو انفراج العلاقات الدولية، تعتبر من الأمور الخارجة عن نطاق المعايير الإعلامية، ولكن الحملات الإعلامية قد تؤدي في بعض الحالات إلى انفراج أو خلق الأزمات في العلاقات الدولية المتشعبة.

ومن المناهج المستخدمة لقياس راجع الصدى في الحملات الإعلامية الدولية، نذكر:

- المناهج الاستقرائية Inductive approaches : التي طورتها إدارة الإعلام والتعليم Information and Educational Division في جيش الولايات المتحدة الأمريكية من خلال البحوث التطبيقية التي أجرتها إبان الحرب العالمية الثانية، وأعقبتها أبحاث *هوفلاند* Hovlan وزملائه. وجرى من خلال هذه الأبحاث قياس تأثير الاتصال من خلال التجريب المحكم Controlled experiment بالتركيز على العناصر التالية:[٦٥]

➢ القائم بالاتصال Communicator: فتبين أن تأثير الرسالة الإعلامية يزداد في حالة إذا كان القائم بالاتصال ينقل مواقف تتماشى ومواقف مستقبل الرسالة الإعلامية. وأن المستقبل يبدأ بنسيان مصدر الرسالة الإعلامية، أو القائم بالاتصال بعد مدة وجيزة، وهو ما أطلق عليه اسم الأثر النائم The sleeper effect وأنه هناك عوامل مساعدة أخرى لزيادة التأثير الذي يمارسه القائم بالاتصال، على مستقبل الرسالة الإعلامية كالسن والجنس والمظهر الخارجي للقائم بالاتصال.

➢ الرسالة الإعلامية Message: فتبين أن زيادة فاعلية الحملة الإعلامية الدولية يمكن أن يتم في حالة إذا تمشت الرسالة الإعلامية مع أهداف الحملة الإعلامية الدولية، واحتياجات مستقبلي الرسالة الإعلامية، والقيم السائدة والمواقف الفكرية والآراء والمعتقدات الخاصة بهم. ولوحظ أيضاً أن العرض الجزئي للمشكلة أكثر تأثيراً لدى المستقبل إذا كان محدود الثقافة والتعليم. وأن عرض المشكلة من كل جوانبها يكون أكثر تأثيراً على المستقبل الذي حصل على نسبة أعلى من التعليم والثقافة. أو إذا كان

---

[٦٥] نفس المصدر السابق. و

- Joseph T. Klapper: The Effects of Mass Communication. New York, Free Press, ١٩٦٠, pp. ١٠٨-١٠٩.

المستقبل يعارض مبدئياً مضمون الرسالة الإعلامية، وهذا يمكن أن يساعد على تحصين المستقبل ضد الدعاية المضادة مستقبلاً، فيما لو روعيت عناصر اختيار المصادر الإعلامية، والطريقة التي يتم من خلالها عرض الرسالة الإعلامية، مع التطورات السابقة واللاحقة للقضية المطروحة.

- الوسيلة الإعلامية Medium: فتبين أن الرسالة الإعلامية والوسيلة الإعلامية مرتبطتان الواحدة بالأخرى، لأن طريقة عرض وتقديم الرسالة الإعلامية مرتبط بالتأثير الإعلامي إلى درجة تعادل أهمية الرسالة الإعلامية نفسها. وأنه لابد من مراعاة مدى انتشار كل وسيلة إعلامية جماهيرية في الأوساط المستهدفة من الحملة الإعلامية الدولية قبل استخدامها، واختيار الوسيلة التي يمكن أن تعطي أكبر قدر ممكن من التأثير والفاعلية الإعلامية. وهناك من يرجح الاتصال المباشر، ومن يرجح الإذاعة المسموعة، ومن يرجح الإذاعة المرئية، وهناك من يرجح المادة المطبوعة، وكلها احتمالات يمكن الاستفادة منها في حدودها الممكنة.

- مستقبل الرسالة الإعلامية Audience: ويتوقف على معرفة خصائص مستقبل الرسالة الإعلامية من النواحي الثقافية والفكرية والمعتقدات والمواقف السياسية وأنماط السلوك والسن والجنس والوضع التعليمي والوضع الاجتماعي والاقتصادي، والعنصري والإقليم الجغرافي والتنظيم أو النظام الذي ينتمي إليه.

- والمناهج الاستنباطية Deductive approaches: المعتمدة على النظرية السلوكية، التي تركز على تغيير المواقف وتكوينها وتعديلها. ونظرية المعرفة Cognitive theory، التي تعمل على شرح تكوين المواقف وتعديلها والتنبؤ بأثر عملية الاتصال، والتركيز على تعديل المواقف من خلال معتقدات وعواطف الفرد، وتحقيق التوافق المنطقي لمعارف الفرد، تعتمد كلها على عملية الاتصال. فما هو الاتصال؟

وسائل الاتصال كمصدر للتبادل الإعلامي الدولي:

عناصر الاتصال:

عملية الاتصال في التبادل الإعلامي الدولي، هي مجموعة الوسائل التي تربط بني البشر ببعضهم، وتحقق التفاعل والعلاقات الإنسانية. وقد تعرَّف على أنها عمل لتغيير المفاهيم باستعمال اللغة أو أي من الوسائل

الأخرى المتيسرة. وعملية الاتصال تهدف إلى إحداث تجاوب مع الشخص أو الأشخاص المتصل بهم. وبعبارة أخرى تحاول أن تشاركه أو تشاركهم في استيعاب المعلومات أو في نقل فكرة أو اتجاه فكري إليه أو إليهم.[٦٦]

ويعرَّف الاتصال أيضاً بأنه عملية يتم من خلالها تبادل المفاهيم بين الأفراد وذلك باستخدام نظام الرموز المتعارف عليها، ويعتبر استخدام الكلمة طريقة من أكثر وسائل الاتصال شيوعاً بين المرسل والمتلقي.

وعلم الاتصال يمتد بجذوره في التاريخ إلى **أرسطو** الذي وضع أسساً علمية لعملية الاتصال لم تزل قائمة حتى الآن للتفاعل بين (الخطيب - المرسل) و (الجمهور - المستقبل) تقوم على أن يعد المرسل (رسالته - خطبته) بصورة شيقة وجذابة ومقنعة، حتى يمكن أن تؤثر في الجماهير بالصورة المستهدفة. وذلك لأنه لا قيمة للاتصال، من وجهة نظر أرسطو ما لم يكن مقبولاً ومفهوماً من (الجمهور - المستقبلين).[٦٧]

وهنا يتضح محور العلاقة التي أوجدها وحددها أرسطو بين المرسل، والرسالة والمستقبل. حيث قسم أرسطو الموقف الاتصالي إلى ثلاث مراحل:

الخطيب؛ ← الخطبة؛ ← الجمهور.

وأوجب أرسطو على (الخطيب - المرسل) أن يدرك ما يعتمل في نفوس الجمهور من قيم ومبادئ ومعايير وسنن اجتماعية. وعلى أساس إدراك الجمهور للرسالة يتأثر بتفسيره لهذه الرسالة. وهذا التفسير يعتمد على الوضعية الاجتماعية للجمهور من حيث تنشئته الاجتماعية، والإطار أو النسق القيمي الذي يأخذ به.[٦٨]

أما الموقف الاتصالي لدى ابن خلدون فينحصر بالآتي:

[٦٦] ليستريبرسون: ماذا يجري في العالم الغني والعالم الفقير. إعداد إبراهيم نافع، القاهرة، دار المعارف بمصر ١٩٧١. ص ٣٥ وما بعدها؛ د. جبار عودة العبيدي، هادي حسن عليوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال. مكتبة الجيل الجديد، صنعاء ١٩٩٣. ص ٧-١٣.

[٦٧] محمد عاطف غيث: التنمية الشاملة والتغير الاجتماعي. مطبعة كريدية. بيروت ١٩٧٤؛ سها سهيل المقدم: مقومات التنمية الاجتماعية وتحدياتها. معهد الإنماء العربي. بيروت ١٩٧٨.

[٦٨] Carlo Mongardini: A new definition of the concept of development. The New International Economic Order, Vienna ١٩٨٠. p. ٤١.

- ✓ **المرسل**: ومن رأي *ابن خلدون* أن الناقلين **" *الصحفيون* "** لا يعرفون القصد مما عاينوا أو سمعوا، وينقلون الخبر على ما في ظنهم وتخمينهم فيقعون في الكذب في كثير من الأحيان.
- ✓ **الرسالة**: والتي من الضروري مناقشتها في ذاتها للوقوف على مدى اتفاقها مع طبيعة الأمور، ومع الظروف والملابسات التي يحكيها الراوي - المرسل - ومناقشة مادة تلك الرواية - الرسالة.
- ✓ **المستقبل**: وقد أوجب عليه ابن خلدون أن يتأكد من أمانة الراوي - المرسل، وصدقه وسلامة ذهنه، وطهارة عقيدته، ومتانة خلقه، وقيمته الشخصية.[٦٩]

وتسلط هذه النظرة الضوء على حقيقة الرسالة والأمانة في المرسل، والذكاء الاجتماعي في المستقبل، ولسنا بصدد المقارنة بين أرسطو وابن خلدون ولكننا نلاحظ أن رؤية أرسطو أكثر شمولاً واتساعاً من نظرة ابن خلدون للاتصال التي تبدو عليها المسحة المثالية.ولكنها مع ذلك تظل أقرب لأخلاقيات الاتصال المطلوبة.[٧٠]

وهناك عدة نظريات حديثة للاتصال منها على سبيل المثال لا الحصر **نظرية كولن** في الاتصال والتي يمكن تلخيص الموقف الاتصال فيها على النحو التالي:

- ✓ **المرسل**: الذي يستمد من عقله الرسالة التي يرغب في توصيلها إلى شخص آخر؛
- ✓ **الرسالة**: الذي يستخدم الإنسان عقله وقدراته واستعداداته النفسية مثل التذكر والإدراك والانتباه لاستيعاب تلك الرسالة؛
- ✓ **التغذية العكسية**: أو رجع الصدى وهي الاستجابة للرسالة (المثير) تلك التي تعود إلى المرسل، وبذلك تكمل الدورة الإتصالية.[٧١]

---

[٦٩] حسين العودات: الإعلام والتنمية. دراسة مقدمة إلى ندوة خبراء السياسات الإعلامية والوطنية. بنغازي ٢٥-٢٨ نيسان/ أبريل ١٩٨٣. ص ١٠٥؛ مقدمة اين خلدون. دار القلم، بيروت ١٩٧٨.

[٧٠] د. جبار عودة العبيدي، هادي حسن عليوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال. مكتبة الجيل الجديد، صنعاء ١٩٩٣. ص ٨.

[٧١] التقرير الختامي لندوة خبراء " استراتيجية تنمية القوى العاملة العربية في بغداد" ٤-٦ تشرين أول/أكتوبر ١٩٨٢. مجلة العمل العربي العدد ١٩٨٢/٢٥. ص ١٠٥.

وتعتمد هذه النظرية على عقل الإنسان باعتباره المركز الرئيسي للاتصال سواء في الإرسال أم في الاستقبال.

أما **ستيفنسون** فقد ربط بين نظريته في الاتصال و**"الإمتاع"** على أساس أن "المستقبل" يشعر بالاستغراق والمتعة فيما يقرأ أو يشاهد لاسيما في الاتصال الجماهيري، وأنه لكي تستمر المتعة فيما يقرأ أو يسمع أو يشاهد فمن الضروري أن تتخلل العملية الاتصالية بعض القطع الموسيقية أو الأغنيات الخفيفة لتقليل حالة الضغط الإعلامي على المستقبل. ويلاحظ أن الموقف الاتصالي في هذه النظرية من شروطه:

- ✓ **إلزام المرسل بإيديولوجية المجتمع** التي من أهدافها ربط المواطنين بمجتمعهم والارتقاء بأذواقهم في مختلف النواحي الاجتماعية والثقافية؛
- ✓ **صياغة الرسالة في أسلوب شيّق** يعتمد على الإمتاع بشكل يجعل المستقبل على اتصال مستمر بمصادر المعلومات؛[٧٢]
- ✓ **إتاحة الفرصة للمستقبل للدخول في حوار مع المرسل،** حتى يؤدي ذلك إلى تكوين رأي عام مستنير، يعتمد على الحقائق الواضحة، وليس على ما تقدمه له الأجهزة التنفيذية، دون أن تكون للجماهير حق معرفة مصادر وصدق وثبات ما يقدم لها من معلومات.[٧٣]

أما نظرية **لازر سفيلن** فتلخص الموقف الاتصالي على النحو التالي:

- ✓ **المرسل**: وهو الذي يؤلف وينقل الرسالة؛
- ✓ **الرسالة**: وهي ما يرغب المرسل إرساله إلى المستقبل من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية؛
- ✓ **المستقبل** (الجمهور الإعلامي): وهذا الجمهور- من وجهة نظر تلك النظرية لا يتأثر بالرسالة مباشرة وإنما يتأثر بها أكثر إذا ما نقلت إليه تلك الرسالة مرة أخرى عن طريق قادة الرأي ويمكن تصور مفهوم

---

[٧٢] د. كمال بلان، وسليمان الخطيب: المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية في الوطن العربي ومدلولاتها على التنمية. مجلة الإعلام العربي. العدد ٢ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الأليسكو). تونس ١٩٨٢. ص ٧٨.

[٧٣] أوسكار لانجه: التخطيط والتنمية الاقتصادية. مركز الدراسات الاقتصادية. دمشق ١٩٧٠. ص ٩ وما بعدها.

قادة الرأي من خلال الدراسات التي أجريت على بنية الاتصال في المجتمعات القروية. حيث يحتكر قائد الرأي بعض الأساليب الإتصالية (القراءة) أو الأجهزة الإتصالية (راديو) مثلاً. ومن خلال متابعته للقراءة أو الاستماع، فإنه يستطيع إعادة صياغة الرسالة بشكل يتفق مع الحالة المعنوية للمستقبل.[٧٤]

أما نظرية **إسفيروس** في الاتصال فقد ركزت على العملية الإتصالية كظاهرة اجتماعية تقوم على التفاعل الذي يتحقق للمجتمع وعلى ارتباط بقية الظواهر الاجتماعية الأخرى. وبذلك اعتبره موضوعاً إنسانياً بالدرجة الأولى.[٧٥] وعلى ذلك فإن الموقف الاتصالي في هذه النظرية يقوم على:

- ✓ **المرسل**: وهو المجتمع؛
- ✓ **الرسالة**: وهي التعبير الموضوع عن عقلية الجماهير وروحها وميولها واتجاهاتها؛
- ✓ **المستقبل**: وهو المجتمع أيضاً؛
- ✓ **وسائل الاتصال**: كالإذاعة، والتلفزيون والصحف، وهي المنابر التي لا يرتقيها القادة السياسيون فحسب، وإنما يجب أن ترتقيها الجماهير أيضاً، لكي تعبر عن مطالبها وآمالها، ولكي تشترك بالرأي في إدارة شؤون المجتمع التي ليست حكراً على أحد.[٧٦]

أما **ويفر وشانون** فيحددان العلاقة بين المرسل والرسالة والمستقبل بقولهما:

- ✓ **المرسل**: (أخصائي اجتماعي) ينتخب أو يختار رسالة (مجموعة توجيهات) يرغب في توصيلها إلى مستقبل (مبحوث) الأمر الذي يضطر المرسل إلى تحويل رسالته إلى شكل أو هيئة أو رمز، بحيث يمكن نقلها عبر قنوات الاتصال إلى المستقبل (المبحوث). وبذلك يكون عقل الأخصائي الاجتماعي هو مصدر المعلومات؛

---

[٧٤] ليستريبرسن: ماذا يجري في العالم الغني والعالم الفقير. إعداد إبراهيم نافع، دار المعارف بمصر، القاهرة ١٩٧١. ص ٢٣٣.

[٧٥] د. طلال البابا: قضايا التخلف والتنمية في العالم الثالث. دار الطليعة. بيروت ١٩٧١. ص ٧٤.

[٧٦] محمد مصالحة: نحو مقترب علمي لحق الاتصال في الوطن العربي. مجلة شؤون عربية العدد ٢٤ آذار/مارس ١٩٨٣.

✓ **الرسالة**: وهي عبارة عن مجموعة توجيهات من أخصائي إلى مبحوث يتولى صوت الأخصائي الاجتماعي توصيلها، وتقوم الموجات الصوتية بدور قناة الاتصال الرئيسية لعملية الاتصال؛

✓ **المستقبل**: وهو الذي يتلقى الرسالة ويقوم بتحويلها إلى الشكل أو الرمز الذي كان عليه في هيئته الأولى، وبذلك يكون عقل المبحوث هو الهدف الذي يرمي الأخصائي الاجتماعي إلى وصول التوجيهات إليه. على حين تمثل أذن المبحوث جهاز الاستقبال الذي يتلقى المعلومات.[٧٧]

أما ***هوبيت*** فقد حدد العناصر الفعالة لعملية الاتصال في سبعة عناصر هي:

مشكلة؛ مرسل؛ رسالة؛ وسيلة؛ أحياناً ناقل؛ وسيلة مستقبل؛ استجابة.[٧٨]

والسؤال الذي يمكن طرحه الآن، هو: كيف تؤثر وسائل الإعلام في إشباع حاجات الفرد الاجتماعية ؟

والجواب أن هذه الوسائل تنشر المعلومات وتزوِّد الأفراد بعدد من الموضوعات التي تسهِّل على المؤسسة، الاتصال المتبادل. وهذا يعني أن وسائل الإعلام تقدم إلى جمهور واسع من الناس، معلومات عن حوادث أو ظاهرات معينة، وخاصة تلك التي لها أهمية اجتماعية.

وليس للإنسان دائماً الفرصة ليكوِّن علاقات مع الآخرين وهو وحيد لأسباب مختلفة. إن هذا النقص في الارتباط بالعالم الخارجي ربما يؤدي به إلى اليأس، ويستطيع الراديو أو التلفزيون أن يسدي له خدمة كبرى. لأن صوت الراديو يبعد عنه شعوره بالوحدة وهي إحدى الخدمات النفسية المهمة التي يؤديها الراديو وهذا ينطبق على التلفزيون ولو أن تأثير الأول أوسع في هذا المجال من الثاني. ولكن لماذا يعير عدد كبير من الناس الذين يعانون من هذا النقص في الروابط الاجتماعية، اهتماماً كبيراً لوسائل الإعلام؟[٧٩]

---

[٧٧] إدوارد كوين: مقدمة إلى وسائل الاتصال. ترجمة وديع فلسطين، مطابع الأهرام، القاهرة ١٩٧٧. ص ٢٨.

[٧٨] اليونسكو: التقرير الختامي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلان. باريس ١٩٧٨. ص ٢١ وما بعدها.

[٧٩] د. الإدريس العلمي: الإعلام الذي نريده: دراسة مقدمة إلى لجنة أليسكو لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي. ١٩٨٣. ص ١١.

لأن الإنسان يحتاج إلى الارتباط بالآخرين وهذه حقيقة لا جدال فيها، ولكن هذه الارتباطات تتطلب منه درجة معينة من التكيف. وتستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية أن تزوده بتعويضات تتطلب منه درجة معينة من التكيِّف. كما وتستطيع وسائل الإعلام الجماهيرية أن تزوِّده بتعويضات لإشباع حاجته للاتصال الاجتماعي. وليستطيع أن يكون صلات اجتماعية مع أشخاص يتمتعون بأهمية اجتماعية كبيرة عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، ويستطيع كذلك أن يناقش ويجادل، ويستطيع أن ينهي المناقشة بإشارة من يديه عندما يرغب ذلك.[٨٠]

وهكذا فإن إشباع حاجة التكيُّف (الملائمة) عبر وسائل الإعلام الجماهيرية، قد أصبحت عنصراً ضرورياً في حياة إنسان هذا العصر. والذي يبدو بأن قضية التكيُّف ليست متعلقة بسؤال (ماذا) وحسب، وإنما كذلك بـ (كيف) و(لماذا) وهذا يعني أن الإنسان يحتاج أيضاً للتكيُّف لكي يتعلم، وإن هذا التكيف يعلمه أي سلوك عليه أن يتبنى بالنسبة لمواقف معينة، ويسدي له النصيحة في كيفية التصرف في مواقف معينة لكي يصل إلى إشباع أكبر حاجاته. إن تأثير وسائل الإعلام الجماهيرية في هذا المجال واسع جداً بسبب أنها تزوِّد الفرد بخلاصات مميزة لقيم المجتمع ومستجداته.[٨١]

ولا تكتمل دائرة الاتصال إلا حين تتوفر للموقف التعليمي جميع العناصر اللازمة لعملية الاتصال ويدل توافر هذه العناصر على أن الدائرة تؤدي عملها بصرف النظر عن طبيعة التعليم المنتظر. ولتقدير فاعلية التعليم ينبغي مراعاة إعطاء انتباه خاص للتغييرات التي تبدو متداخلة ومؤثرة على هذه العملية.

و يمكن تحديد العلاقة بين عناصر الاتصال وفقاً لما يلي:

- أولاً: **المصدر**: سواء أكان فرداً أو مجموعة من الأفراد. فهو عامل هام في الاتصال ويتوقف أداؤه لمهمته على أنواع المتغيرات التي تضمنها عملية الاتصال بصرف النظر عن إمكانية توجيهها أو ضبطها. وقد لا تتوافر مصادر المعلومات الكافية والمناسبة، وربما تعوز المصدر المهارة اللازمة لإعداد مضمون رسالته بدقة وفعالية.

---

[٨٠] د. سهير بركات: الإعلام الإنمائي وإعداد البنية البشرية الإعلامية العربية. مجلة الإعلام العربي العدد ٢، كانون أول/ديسمبر ١٩٨٢. ص ٨٢.

[٨١] ولبر شرام: وسائل الإعلام والتنمية القومية. ترجمة أديب يوسف. وزارة الثقافة، دمشق ١٩٦٩.

فإذا كان المصدر شخصاً ما، فما هي اتجاهاته نحو عمله ونحو مستقبلي الرسالة الإعلامية، ونحو الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها. إذا كانت هناك وسيلة إعلامية ؟ وهذه بعض العوامل التي تؤثر على عملية الاتصال في التعليم ونقل الخبرة.[٨٢]

- ثانياً: يتطلب **استكمال دائرة الاتصال** تواجد المصدر في جانب والمستقبل في جانب آخر. ولو أن المصدر قد يكون هو المستقبل في نفس الوقت. فإننا نتحدث هنا عن شخصين مختلفين. وكما كانت توجهات المصدر مهمة فإن اتجاهات المستقبل لا تقل أهمية عنها.

فإذا كان للمستقبل اتجاه سلبي نحو المصدر فإن التعليم ونقل الخبرة يصبح قليل الفاعلية، وقد تكون النتيجة مشابهة للشعور المماثل الذي يشعر به المستقبل اتجاه الكتاب أو إلى المواد التعليمية الأخرى، عندما لا يكون في حالة تقبل للمصدر.

وأكثر من ذلك فإن استقبال الرسالة الإعلامية يتطلب مهارات معينة، وبصرف النظر عن قدرة المستقبل على استخلاص المعاني والقراءة المناسبة والاستماع والتفكير فإن هناك متغيرات هامة ينبغي اعتبارها في الموقف التعليمي والاتصالي.

- ثالثاً: **الرسالة الإعلامية**: تعتبر عملية تضمين الرسالة واستخلاص محتواها خطوة هامة في الاتصال. فقد يستخدم المصدر بعض المصطلحات كرموز لجميع أجزاء ومقاطع المعلومات. مما يؤدي إلى صعوبة فهمها من قبل المستقبل، مما يؤدي إلى إضعاف عملية الاتصال. ومثال ذلك ما يحدث في تعليم لغة أجنبية، فإذا أغفل المصدر مستوى المستقبل، وطبيعة الرسالة والأسلوب الذي تقدم به المعلومات، والأفكار. فمن غير شك أن كثيراً من هذه المعلومات ستتعرض للضياع، بصرف النظر عن شكل أو أسلوب الاتصال الذي يستخدم. لهذا يجب على القائم بالاتصال أن يعالج الرسالة الإعلامية بشكل ملائم ومنسق وأن يعاد صياغة الرسالة الإعلامية في كل مرة لضمان استقبال نافع وفعال.

- رابعاً: **التوافق بين المرسل والمستقبل**: يمكن أن يكون عندما يراعى في عملية الاتصال بينهما مستوى الخبرة المتوفرة لديهما في إطار

---

[٨٢] د. عبد الوهاب مطر الداهري: دراسات في اقتصاديات الوطن العربي. معهد البحوث والدراسات العربية. بغداد ١٩٨٣. ص ٣١ وما بعدها.

المعلومات الاجتماعية والثقافية... الخ. وفي بعض الحالات التي لا يملك فيها المصدر الصورة الواضحة عن مستوى فهم المستقبل وقدراته فإننا نجد أن اللغة المستخدمة والأمثلة المختارة والأسلوب الذي تقدم به المعلومات قد لا تؤدي إلى استقبال واضح ودقيق لدى المستقبل. الذي يمكنه في هذه الحالة أن يستجيب للمثير فقط من خلال خبراته ومعلوماته المتعلقة بموضوع الرسالة الإعلامية.[٨٣]

وخلاصة القول أن وسائل الاتصال هي ركائز أساسية لتبادل الأفكار والمعلومات بين أفراد المجتمع، وتعد أساساً لتفاعلاته الاجتماعية وتقريب وجهات النظر بين المجتمعات المختلفة وبين مواطني البلد الواحد.

[٨٣] نادي روما: من التحدي إلى الحوار. ج٢، ترجمة عيسى عصفور. وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق ١٩٨٠. ص ١٥٠.

الفصل الرابع

نظريات الصحافة الدولية.

إن مجموعة العوامل التي تشترك في تأسيس منطق النظرية العلمية في المجالات الإنسانية والحياتية المختلفة، إنما هي في حقيقتها تنبع من بيئة الإنسان ومجموعة المنبهات والاستجابات التي تتكون وفقاً لها. وقد عرف الإنسان إنسانيته فعلاً، واستطاع تشخيص تلك العوامل البيئية والاجتماعية والنفسية بعد أن عرف اللغة ومفرداتها، إذ أن اللغة في شكلها الأول وبطبيعتها البسيطة البدائية كانت ضرورية لحياة الجماعة وأساساً لتكوين العلاقات بين الإنسان وأخيه الإنسان، وبمرور الزمن تطورت اللغة لتصبح ذاكرة المجتمع ومكنت الإنسان من تنسيق جهوده وتوحيدها في مجرى مشترك عام وجعلت تداول الخبرة ممكناً بين الأفراد والأجيال والمجتمعات.[٨٤]

وهي في هذا المعنى الواسع أصبحت أداة اتصال رئيسية بين بني البشر، كما أنها في الجانب الثاني أصبحت أداة فكر وأداة لتبادل الآراء والأفكار بين الناس. ولقد جاءت المطبعة لتفتح الطريق أمام الثورة الصناعية بعد أن مهدت لها الثورة العلمية، وما أن دخلنا القرن العشرين حتى صار العالم يعيش ثورة شاملة في الاتصال والإعلام. وانحسرت المسافات الجغرافية أمام القدرات التكنولوجية لوسائل الاتصال والإعلام.

---

[٨٤] حسين العودات: الإعلام والتنمية. دراسة مقدمة إلى لجنة أليسكو لدراسة قضايا الاتصال والإعلام في الوطن العربي. تونس ١٩٨٣. ص ٩-١٠.

ومن أجل تسخير هذه القدرات وتوظيفها لخدمة المعلومات وتبادلها بين المجتمعات فقد أخضعتها الحكومات والدول إلى نظرياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. مما دفع علماء الإعلام والاتصال لتأسيس نظريات إعلامية مستنتجة من تلك النظريات السياسية الأوسع وتطبيقاتها العملية في المجتمعات المختلفة من رأسمالية أو اشتراكية أو هجينة أو خاصة وغيرها.

ولا غرابة أن يكون لإعلام الدول النامية قولٌ في هذا المجال لاسيما وأنها ابتليت بالأوضاع التي فرضتها عليها السياسات الاستعمارية، وما تعانيه من شدة الخلافات السياسية التي انعكست بالنتيجة على فعالياتها الإعلامية.

ورغم وقوف العالم اليوم على أعتاب القرن الحادي والعشرين، ودخوله عصر المعلوماتية ووسائل الاتصال المتطورة فإننا نلاحظ استمرار تخبط الدول النامية في مشاكلها الإعلامية والإتصالية التي ازدادت صعوبة وتعقيداً.

إذ أن الإعلام هو ظل السياسة في الحركة الإتصالية اليومية والتطبيق للمنهج السياسي والاقتصادي والفكري والتربوي والتعليمي والثقافي، في هذا البلد أو ذاك. وإن وعي الإنسان لمثل هذه العوامل والتكوينات الاجتماعية وتقديره للظروف الموضوعية والذاتية التي تحيط به، يرتبط ارتباطاً مباشراً بلغته القومية، لاسيما وأنها - أي اللغة - هي التعبير عن تقديرنا للواقع الموضوعي، وقد ظهر الوعي واللغة في مرحلة محدد من التطور الاجتماعي للبشرية، ليتمكن بنو البشر من التواصل والاتصال ببعضهم البعض.[٨٥]

إن اللغة تمنح الإنسان بالإضافة إلى وراثته البيولوجية فرصة كغيره للاستثمار الأمثل للثقافة والمعرفة. وقد أتاح العلم الحديث للغة ممكنات ووسائل متعددة للتعبير عن دقائق الأحكام الفعلية في صورها النظرية والتطبيقية ولمختلف الحاجات الإنسانية. ونظراً لتعدد خصوصيات تلك الحاجات الإنسانية وأساليب إشباعها من الوجهة الإتصالية والإعلامية فقد عمد رجال الإعلام إلى إتباع النظرية المناسبة لهم في الخطاب

---

[٨٥] جيهان رشتي: نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية. ج١. دار الحمامي للطباعة والنشر، ١٩٧٢. ص ٨٢.

الإعلامي والاتصالي لتجسيد المستويات الإعلامية الوظيفية المطلوبة، وهي:

- **المستوى المعلوماتي**: الذي يتوسل باللغة لتوصيل المعلومات إلى المتلقي بأسلوب مباشر وبصياغة واضحة ودقيقة.
- **المستوى الإقناعي**: وهو الذي يقصد إقناع المتلقي ودعوته إلى الالتزام الأولي ومن ثم التبني للمضمون المطروح أو الفكرة المقصودة أو الرأي المراد إيصاله ومن ثم تدعيمه عن طريق خلق القناعات لدى مجموع الجماهير.
- **المستوى التعبيري**: الذي يدخل في باب فن الأدب المستخدم في وسائل الإعلام الجماهيرية السمعية والمرئية والمقروءة لاسيما المستندة منها على استعمال الصورة المتحركة أو الثابتة.

وسيتناول هذا الفصل عرض مبسط لبعض النظريات الإعلامية السائدة في العالم:

نظرية السلطة المطلقة

السلطة المطلقة من أنظمة الحكم وتتمثل بالحكم المطلق لحاكم القرون الوسطى غير المؤمن بالحرية أو الديمقراطية ولا يسمح بمشاركة الشعب في الحكم على الإطلاق، وتستند السلطة باعتبارها نظاماً من أنظمة الحكم على فكرة **(الحق الإلهي المقدس)** وعلى الفكرة القائلة **(بأن الحاكم ظل الله وخليفته في الأرض).**

- مدخل لنظرية السلطة المطلقة:

من المتفق عليه أن القرن الخامس عشر الميلادي كان تاريخ ولادة الإعلام المطبوع حيث تشير المصادر إلى أنه تاريخ ظهور الطباعة، وقد كان الإعلام المطبوع خاضعاً للسلطة، ومقدار هذا الخضوع مرتبط بطبيعة المجتمع الذي يتواجد فيه. فإما أن يكون المجتمع يخضع للسلطة المطلقة، أو أن الفلسفة التي تحكم هذا المجتمع تدعو إلى ذلك.

وقد شهد العالم من هذه الفلسفات شتى أنواع السلطة المطلقة. وعلى سبيل المثال سيطرة الكنيسة ورجال الدين في المجتمع الأوروبي، التي خلقت من النظام السائد مجتمعاً خاضعاً للسلطة المطلقة، تحتل فيه الدولة درجة أعلى من الفرد في سلم القيم الاجتماعية ولا يستطيع الفرد في مثل

هـذا المجتمـع أن يحقـق أهدافـه أو ينمـي قدراتـه وملكاتـه إلا عـن طريـق خضوعه للدولة خضوع الخانع الذليل. وأن يكون أسمى تفكير عنده التفكير التابعي الذي يلغي الوعي والعقل والشخصية.

وفي دولة السلطة المطلقة، رجل أو رجال قليلون يشغلون مراكز القيادة، ويتمتعون بسلطات مطلقة، على الآخرين الطاعة والخنوع لها ولا وجود للتمثيل الشعبي في مثل هذه الدول. ولكن ما هو مصدر الحقيقة في مجتمع السلطة المطلقة؟

وللجواب على هذا السؤال يمكن أن نعتمد على حقيقة التفويض الإلهي أو على الإدعاء العنصري في مثل هذا المجتمع. الذي يقول بوجود جنس معين يعتبر نفسه أعلى من الأجناس الأخرى ويتمتع بحكمة أكثر منهم. وباختصار فالحقيقة تتمثل في قدرة القائد أو الجماعة المعينة على تقدير الظروف وتفهم المخاطر وتشخيص إمكانيات تخطيها.

وتعتبر الحقيقة في هذا المجتمع حكراً لهذه القلة التي تعتبر نفسها حكيمة، وترى أن من حقها أن توجه الجماهير الغفيرة. أي أن الحقيقة تتمركز حول مراكز القوة والسلطة، وليس من المهم في هذه الحالة البحث عن مصدر الحقيقة التي تستمد منها الدولة المتسلطة فلسفتها وسياستها. إذ أنها مقصورة على فئة محدودة من الناس، ولا يحق لأي فرد من الأفراد أن يتخذ إليها سبيلاً، لأن من أهداف الدولة المتسلطة الحفاظ على وحدة الفكر والعمل حسب اجتهادات السلطة، لإبقاء الجماهير في حالة معينة حسبما تشاء.

- **أسس نظرية السلطة المطلقة:**

مذهب الحق الإلهي: وهو مذهب أعتمد من قبل الملوك والأباطرة في الحكم وتوارثه النبلاء للاحتفاظ بأوضاعهم ومراكزهم وامتيازاتهم في السياسة والحكم وترجع هذه النظرية إلى أقدم عصور التاريخ.

وقد يرجع سيادة هذه الفلسفة أو النظرة إلى الممالك والإمبراطوريات الشرقية والغربية على حد سواء ما عدا بعض الاختلافات الجزئية الطفيفة التي تحدث بين كل حاكم وآخر في ممارسة السلطة على المجتمع. إذ لا ينكر أن بعضهم كان يؤمن بالحق والفضيلة وتبادل الرأي والمشورة، كما كان نقيضه يمارس الاستبداد والقسوة تحت تعبير أو فلسفة ظل الله وخليفته في الأرض، وقد كانت أوروبا تحت هذا

الحكم خلال العصور الوسطى التي تحول خلاله الشعب إلى عبيد أقنان خاضعين بصورة مطلقة لهذا الحاكم أو ذاك.

- **الصحافة والسلطة المطلقة:**

لم تستطع الصحافة وأساليبها من تغيير شئ في نظرية السلطة المطلقة، بل إن سطوة هذه النظرية ازدادت وظلت تمارس تسلطاً جوهرياً على الصحافة وعلاقتها بالمجتمع ووظيفتها الإعلامية التي مارستها تحت سيطرة الحكم المطلق، ودأبت السلطة على تعزيز نظرية السلطة المطلقة للحفاظ على سلطانها المطلق وأخذت تحيط نفسها، بالعقلاء والحكماء أصحاب الامتيازات الفكرية، القادرين على إدراك أهداف الدولة في السيطرة والاستقرار. وأخذت تمنحهم المناصب المرموقة في المجتمع ليعملون كمستشارين للقادة الحاكمين ويحتكرون كل الحقائق الفكرية لأنفسهم وليسخروا فلسفاتهم وأفكارهم لخدمة الطبقة المسيطرة على جهاز الدولة. التي تعطيهم حق مخاطبة الشعب وأن يكونوا ألسنة للحكام تتصل بالجماهير عن طريق وسائل الاتصال الجماهيرية المتاحة آنذاك، ومنها الصحافة المطبوعة التي يحظرون عليها كل الآراء التي توقظ الشعب من سباته العميق، للإبقاء على الأوضاع القائمة.

وقد ارتبطت هذه النظرية في العصر الحديث ارتباطاً وثيقاً بأنظمة الحكم الشمولية والفاشية والنازية، كالنظام الهتلري في ألمانيا النازية، ونظام موسوليني الفاشي في إيطاليا والنظام الفاشي في إسبانيا والبرتغال. حيث سيطرت الدولة المستبدة سيطرة تامة على أجهزة ووسائل الإعلام الجماهيرية وفرضت عليها تعبئة الشعب تعبئة عدوانية خدمة للأهداف التوسعية التي رسمتها لنفسها وتسببت في قيام الحرب العالمية الثانية التي أزهقت ملايين الأرواح البريئة لبني البشر.

- **الرقابة وسيطرة الأجهزة المسؤولة على الصحافة:**

تعتبر الرقابة من الركائز الهامة في نظرية السلطة المطلقة. ويمكن أن نرجع تاريخها إلى الرقابة الدينية في العصور الوسطى بأوروبا عندما كانت الكنيسة الرومانية في أوج قوتها. وكانت مصدر التفويض الإلهي. واستطاعت الكنيسة أن تسيطر في بلاد كثيرة، على الرأي العام وعلى حرية التعبير لعدة قرون. وسيطرت الكنيسة واستفادت من اختراع

الطباعة، إلى أن قامت الحكومات بالسيطرة على الوسيلة الإعلامية الجديدة. وكانت السيطرة عن طريق إصدار التراخيص للطابعين والناشرين ومن ثم تحكمت الحكومات على من مارس هذه المهنة بشكل عام. وقد كان الترخيص آنذاك يعتبر امتيازاً يلزم الناشر بطبع وتوزيع ما يرغبه الحاكم. غير أن هذا الأسلوب لم يجد نفعاً، مما أدى إلى فرض الرقابة المسبقة وفحص جميع الأصول المخطوطة من قبل ممثلي الحكومة قبل الطبع والنشر لإصدار الترخيص بالطبع، بقصد السيطرة على ما تنشره الصحف ودور النشر بشكل محكم.

وأخضعت الحكومات الاستبدادية دائرة الاتصال بالجماهير لقيود وعقبات ومعوقات كثيرة جعلت الطريق مفتوحاً أمام الدولة فقط، وأغلقته في وجه الأفراد لاغية بذلك أي نوع من أنواع حرية الإعلام. بحجة تحقيق أمن وسلامة الدولة. وبهذه الذريعة ألغت كل الحريات، وهو ما استقت منه الفلسفات الشمولية والفاشية والعنصرية كل المبررات لإهدار حقوق الإنسان.

- **التاريخ الطويل للإيديولوجية السياسية لنظرية السلطة المطلقة:**

يرى أفلاطون أن تقسيم السلطة بالتساوي داخل الدولة يعتبر بداية تفكك وانهيار تلك الدولة. وكانت حجة أفلاطون في ذلك أنه مادام الإنسان يتحكم بغرائزه وشهواته عن طريق العقل، فإنه على الحكام في الدولة بالمقابل أن يمنعوا المصالح المادية والعواطف الأنانية للجماهير من أن تسيطر على المجتمع.

وأكد أكثر الفلاسفة في العصور اللاحقة على قوة السلطة كميكافيلي الذي دعى إلى إخضاع كل شيء لأمن الدولة. وبرروا الأعمال اللاأخلاقية التي يمارسها القادة السياسيون والرقابة الصارمة على الحوار والمناقشة وعلى نشر المعلومات في المجتمع. معتبرين أن لها ما يبررها مادامت تخدم مصالح الدولة وسلطة الحاكم، أي أن الغاية تبرر كل وسيلة.

أما جورج هيجل الذي لقب بأبي الفاشية الحديثة والشيوعية الحديثة، فقد أعطى فلسفة السلطة المطلقة لمساتها النهائية حين قال: الدولة هي: روح الأخلاق وهي الإرادة وهي العقل.

والدولة كحكم أو سلطة تعتبر هدفاً في حد ذاته وبالتالي فهي تتمتع بأكبر قدر من الحقوق وهي فوق المواطنين والأفراد.

وهكذا تفرض نظرية السلطة المطلقة وجوهاً فكرية صارمة، تنبع من الإسهام الفكري للحكماء شريطة أن تخدم نظرياتهم المجتمع، الذي تسهر عليه الدولة بالرعاية والإرشاد واليقظة والرقابة. وهو ما صاغه الفلاسفة الأقدمون أمثال: سقراط وأفلاطون وأرسطو من نظريات فلسفية تخدم السلطة الاستبدادية، بدليل أن أفلاطون خلع صفة المثالية على الشكل الأرستقراطي للدولة معتقداً أن طبيعة الإنسان واهتماماته المادية وعواطفه الأنانية تتسبب في تدهور الحكم من الأرستقراطية إلى الديمقراطية، أي إلى التفتت والانحلال. واعتبر أن الدولة لا تجد الأمان إلا في أيدي الحكماء من رجالها، ورجال القانون من أنصارها، أصحاب المثل الأخلاقية العليا التي يتم فرضها على كل عناصر المجتمع، ليظلوا على الطريق القويم الذي رسموه لهم. معتبراً أن هذه الصفوة من البشر تجعل العقل يسيطر على عواطف القلب وغرائز الجسم.

نظرية الصحافة الحرة

سميت هذه النظرية بنظرية الصحافة الحرة كونها تؤمن بالفرد أساساً لها، وتعتبر أن الفرد يولد وهو مزود بحقوق طبيعية، وتؤمن وتفترض أن الفرد كائن عقلاني وأخلاقي وأن أخلاقيته تحدد له ما يجب المحافظة عليه دون قانون، أي تمتعه بالحرية المطلقة في حياته، وآرائه، والدعوة إلى العيش الكريم دون أي تدخل من السلطة. ويرى أصحاب هذه النظرية أن الفرد أسمى من الحكومة، ومن الدولة. وأن الدولة هي وسيلة فقط، أو واسطة يمارس من خلالها الفرد نشاطه، وحين تقف الدولة في وجهه فعليه محاربة تلك القوة التي تمنع تحقيق أهدافه التي يرغب الوصول إليها.

وقد ولدت هذه النظرية من صلب نظرية السلطة المطلقة، والاستبداد العبودي للإنسان متمثلة بسلطة:

طبقة الملوك؛ وطبقة النبلاء؛ وطبقة الإقطاع؛ وسلطة الكنيسة.

التي عانت منها الشرائح الاجتماعية على اختلاف أنواعها بالاضطهاد السياسي والاقتصادي والنفسي وحتى الديني، وكان الظلم المتمثل بنظام الأقنان من أقسى أنواع الظلم البشري، ولذلك فقد تمتع النظام الحر أو الليبرالي في بعض التسميات، بمسحة سحرية تمتع بها الفرد ومن ثم المجتمع بالديمقراطية الليبرالية والتقدم بمعايير ذلك الزمن.

- **مبادئ النظرية الحرة:**

تعتمد النظرية الحرة على مبدأين أساسيين هما: **مبدأ الفردية؛ ومبدأ المنافسة.**

ويرتبط هذان المبدآن ارتباطاً وثيقاً بالنظريات الاقتصادية والسياسية. ويعتبر مبدأ الفردية أو الحرية الفردية من المبادئ الواضحة في مفهوم النظرية الحرة ويرتكز أساساً على حرية النشاط الفردي في المجالات الاقتصادية والسياسية، كرد فعل لما ظل سائداً لقرون طويلة من اضطهاد للفرد من قبل الإقطاع. حيث ناضل الرواد الأوائل لهذه النظرية من أجل أن تظل الحكومات بمنأى عن التدخل في شؤون الأفراد ونشاطاتهم الاقتصادية والفكرية. وفي شؤون وسائل الاتصال والإعلام أيضاً.

- **إيديولوجية نظرية الصحافة الحرة:**

كان ظهور نظرية الصحافة الحرة نتيجة للتطورات الفكرية والأحداث السياسية الاجتماعية التي مر بها المجتمع الأوروبي. ومن أهم تلك الأحداث في التاريخ الأوروبي الحديث: اندلاع الثورة الفرنسية عام ١٧٨٩ التي أعلنت حقوق الإنسان وطرحت مبادئ كان لها تأثير كبير في التاريخ الإنساني، وسمحت للفرد بالتحرر ومزاولة نشاطاته الاقتصادية والفكرية دون أي نوع من أنواع التدخل من جانب الدولة. وأعتبرت الدولة مسؤولة عن وظائف محددة هي:

- المحافظة على القضاء والأمن في الداخل؛
- والدفاع عن الوطن ضد أي اعتداء خارجي؛
- واحترام حقوق المواطن في التفكير والعمل الاقتصادي والاجتماعي والفكري والسياسي.

وساعد ظهور نظرية الحرية (التي ترتكز على الإيمان المطلق بالإنسان، على عكس نظرية السلطة المطلقة التي تنظر إلى الإنسان على أنه جزء من المجتمع تنحصر قيمته وفقاً لفهم السلطة. بحيث كان مذهب الحرية يرى أن سعادة الفرد هي الغاية من وجود المجتمع، بينما يرى أنصار مذهب السلطة المطلقة أن سعادة المجتمع هي الغاية من وجود

الفرد حتى وإن كانت تلك السعادة على حساب حياته الخاصة) على ظهور الديمقراطيات الرأسمالية، ومن ثم ظهور الاحتكارات بأوسع معانيها.[٨٦]

وحقق مفهوم نظرية الحرية انتصارات كبيرة على صعيد المجتمع وعلى صعيد الفرد فتوسع التعليم الذي لم يكن متيسراً كما هو معروف الآن قياساً بما تحقق بعد زوال العهد الإقطاعي الاستبدادي، ومنح حق الانتخاب لأكثر المواطنين ومنها حق الفرد في ممارسة نشاطاته الاجتماعية، والتنافس للحصول على أكبر قدر ممكن من الربح المادي، وزيادة الإنتاج مما حقق للمجتمعات الرفاهية والتقدم.

وظهر مفهوم الحرية بادئ الأمر في أوساط الطبقة الوسطى في المجتمع الأوروبي، التي طالبت بالحرية، وضمان حقوق الأكثرية في المجتمع. وتجلى هذا الأمر بالوضوح عندما تبنت الحركات السياسية مبدأ المناشدة بالحرية.

وكان لظهور الفيلسوف جون لوك أثر كبير على تطور نظرية الحرية، عندما قال: *بأن الشعب هو مصدر السلطات*. ويفسر هذا القول أن الشعب يمكنه أن يسحب السلطة متى شعر بأن الحكومة لا تعمل لصالحه.

وجاء جون ملتون ١٦٤٤ ليقول: بأن الحقيقة لا تضمن لنفسها البقاء إلا إذا أتيحت لها الفرصة لأن تتقابل وجهاً لوجه مع غيرها من الحقائق في طرح كامل وبحرية تامة.

بينما رأى جون رسكين: أن كل إنسان يسعى لتنوير الآخرين لا إلى تضليلهم، ومن حقه أن ينشر كل ما يدور بعقله وما يختلج ضميره سواء أكان في الموضوعات الحكومية أم في الموضوعات الخاصة.

أما جون ستيوارت فقال: أن من حق الفرد الناضج في المجتمع أن يفكر ويتصرف كما يشاء مادام لا يؤذي أحداً بتفكيره أو تصرفه. وما دام هذا التفكير والتصرف يؤدي إلى منفعة الآخرين.

وانتشرت هذه الطروحات الفلسفية في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا، وكانت ترمي في الأساس إلى ما يلي:

---

[٨٦] أنظر نص الإعلان في مجلة الإعلام العربي (الأليسكو) العدد ٢ ديسمبر/كانون الأول ١٩٨٢. ص ١٧١ وما بعدها.

- ✓ تطبيق الحرية بمعناها الواسع؛
- ✓ واحترام الإنسانية وحفظ قيمة الفرد؛
- ✓ وضمان مستقبل الفرد؛
- ✓ وتحقيق الرفاهية والسعادة للمجتمع.

ولم تجد تلك المبادئ طريقها إلى التطبيق إلا في العقود الأخيرة من القرن العشرين، في ظل هيمنة الدول الصناعية المتقدمة وسيطرتها على الاقتصاد ووسائل الاتصال ووسائل الإعلام الجماهيرية.

- **الصحافة الحرة ووسائل الإعلام الجماهيرية:**

لكل نظرية من النظريات شكلها المعين ومفاهيمها المعينة التي تسيطر من خلالها على أساليب وأنماط الإعلام. وتنبع فلسفة الإعلام عادة من فلسفة الدولة، فالإعلام في نظرية السلطة المطلقة هو إعلام استبدادي استعاضي، أي أن الدولة كما ذكرنا تحل محل الشعب عن طريق كتابها وألسنتها الناطقة باسمها، ولا تسمح إطلاقاً إلا بما يراعي مصالحها وتوجهاتها. إضافة لفرضها رقابة قسرية على وسائل الاتصال ووسائل الإعلام الجماهيرية.

وقد أدى ظهور نظرية الحرية إلى صراع تمثل بين المفهوم الغربي للحرية، والمفهوم السوفييتي للحرية، إبان الحرب الباردة بين المعسكرين الغربي بقيادة الولايات المتحدة الأمريكية، والشرقي بقيادة الاتحاد السوفييتي والاختلاف المطروح كان: أيّ المفهومين أصدق أو أقرب أو أنفع للفرد والمجتمع؟ فكلا الجانبين يتهمان بعضهما باضطهاد الإنسان واستغلاله وكل منهما طرح أسلوبه وأفكاره وفلسفته بين الجماهير وروج لها بين الشعوب. وقد سَخِرَ الماركسيون من الحرية النظرية التي عرفها العالم الغربي عندما أعلن ستالين: " إنه لا معنى مطلقاً للحرية بالنسبة للمتعطل عن العمل، ولا معنى للحرية بالنسبة للجائع فإن الحرية لا توجد إلا عندما يختفي الاستغلال والتسول والخوف أو يختفي شبح البطالة من المجتمع اختفاء تاماً ".[٨٧]

---

[٨٧] د. جبار عودة العبيدي، و هادي حسن عليوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال. مكتبة الجيل الجديد، صنعاء ١٩٩٣. ص ٢١-٢٣.

وهذا كلام واضح لا يحتاج إلى تعليق. فالسخرية تبدو رافضة تماماً لهذه النظرية. بينما أعلن الغربيون أن صحافتهم تتمتع بالحرية المطلقة وأن الصحافة السوفييتية تنوء تحت وطأة السلطة، وأنها تخضع كل الخضوع للرقابة الحكومية أو رقابة الحزب الواحد. بينما أعلن السوفيات أن صحافتهم غير مأجورة كالصحافة الأمريكية التي اتهموها بأنها مأجورة، وأن الصحافة السوفييتية ليست خاضعة لسيطرة رأس المال والاحتكار كما هو الحال في الغرب. ووصفت الصحافة الأمريكية نفسها بأنها صحافة الخبر وأنها تساير في ذلك التطور الصحفي في البلاد المتقدمة، وأنها قادرة على نشر الأخبار بسرعة فائقة، وأنها أقدر من سواها على تسلية القارئ وإمتاعه وتزويده بالمعلومات النافعة.

بينما ردت الصحافة السوفييتية بقولها أن السبق الصحفي في الأخبار وتسلية القراء لا يعتبران جزءاً من الخدمة العامة التي تقدمها الصحافة الرشيدة للشعب. كون أن خبر التسلية والترفيه عن القراء كثيراً ما يكون منافياً للشرف الصحفي وفق المفهوم السوفييتي.

وعلى العموم فإن الغرب يضع الحرية في المرتبة الأولى والمسؤولية في المرتبة الثانية بينما السوفييت قبل الانفتاح الغورباتشوفي كانوا يضعون المسؤولية أولاً والحرية بعد ذلك. وتغيرت الظروف والطروحات بعد انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفييتي، ولاحت تباشير الانفتاح على المفهوم الغربي للحرية والديمقراطية في وسائل الإعلام الجماهيرية للدول المستقلة التي قامت على أنقاض الاتحاد السوفييتي السابق، وأنقاض المنظومة الاشتراكية السابقة التي كان يقودها الاتحاد السوفييتي السابق. وراحت تلك الدول تبحث عن مكان لها في النظام العالمي الجديد، منفتحة على العالم بعد سنوات طويلة من العزلة والمواجهة.

النظرية الاشتراكية للصحافة

ظهر مفهوم النظرية الاشتراكية مع بداية عام ١٨٣٠ واستمر في تطوره حتى عام ١٩٤٨. وخلال هذه الفترة الطويلة التي دامت أكثر من قرن، ظهر الكثير من المفاهيم والمذاهب الفلسفية والأفكار السياسية المكملة لمفهوم الاشتراكية. وكان أولها ما ظهر في فرنسا إبان الثورة الفرنسية التي اعتمدت على المنشور والمطبوع في نشر أفكارها.ولأول مرة ظهر مصطلح الاشتراكية بمعناه السياسي الحديث الدال على نظام

اجتماعي واقتصادي في الصحافة عندما نشرت صحيفة (كلوب) عام ١٨٣٢ مقالة عنها بقلم بيير ليرو أحد أتباع مدرسة سان سيمون الفلسفية. وأطلق تعبير الاشتراكية للتعبير عن الفلسفة الاجتماعية الإصلاحية التي آمن بها أتباع هذه المدرسة المؤمنة بالنظرة الإنسانية إلى الطبقات المعدمة. ولكن سرعان ما اتسع مدلول الاشتراكية بفضل **فورييه، وبرودون، ولويس بلان**، لتعبر عن التطلع إلى نوع جديد من النظم الاجتماعية.

- **التيارات الاشتراكية:**

تبلورت في أوروبا ثلاثة تيارات اشتراكية، وهي تيارات تمثل خلاصة للصراع الإنساني ضد الاحتكار الرأسمالي وفق المفهوم الاشتراكي، وهي:

- **الاشتراكية الإنتاجية**: التي تتبنى مشاريع تنمية الثروة القومية، وإطلاق طاقات رأس المال في المشروعات الإقليمية والعالمية. داعية الناس القادرين على الإنتاج والبذل. وفق مفهوم الكل منتج دون تدخل من الدولة، تاركين الأمر للتجار والصناعيين والمثقفين والعلماء والفنيين لتحقيق الكفاية، وتزعم هذه المدرسة الفيلسوف سان سيمون وأتباعه.

- **الاشتراكية التعاونية**: وتزعم هذا الاتجاه في إنكلترا الفيلسوف ورجل الصناعة روبيرت أوين، وفي فرنسا شارل فورييه، واعتبر أوين أن حل المشكلة يتوقف على خلق النموذج الاشتراكي الإنساني الذي سوف يجذب أصحاب النوايا الطيبة من الأغنياء ورجال المال والصناعة. وأعطى المثال بنفسه عندما أقام مستعمرة اشتراكية على أساس المساواة المطلقة والمشاركة في الجهود والأرباح، وانتفاء الأسلوب الرأسمالي الاستغلالي في التعامل.

- **الاشتراكية العلمية**: الذي صاغ نظريتها الفلسفية والاجتماعية والاقتصادية كارل ماركس، بعد استيعابه العلمي للفلسفة الجدلية لهيجل، ومذهب آدم سميث للاقتصاد الحر، والدراسات الفلسفية الاجتماعية لسان سيمون وتلاميذه.

- **دعائم النظرية الاشتراكية للصحافة:**

تقوم النظرية الاشتراكية للإعلام على دعائم أساسية هي:

✓ ملكية الشعب لوسائل الإعلام الجماهيرية؛

✓ ربط مؤسسات ووسائل الإعلام الجماهيرية بالمجتمع الاشتراكي، ربطاً وثيقاً، وتحديد دور إيجابي يلتزم به جميع العاملون في الميدان الإعلامي.

وبهذا الوضع وتطبيقاً لهذه الأفكار فإن الصحافة التي تؤمن بهذه الفلسفة هي صحافة واقعية لا عناية لها إلا بالموضوع أو الموضوعية الأكاديمية، لذلك فهي تؤمن بالواقع الملموس من المكاسب التي تحصل عليها الطبقة الكادحة. وتضع المسؤولية العامة اتجاه الطبقة أولاً والحرية ثانياً.

وعلى هذا الأساس أصبح للحرية الصحفية في النظام الاشتراكي معنى مخالفاً تماماً لمعناها في النظام الرأسمالي، ووفقاً لمصالح الطبقة الكادحة[٨٨] فإن النظام الإعلامي الاشتراكي يؤمن بما يلي:

✓ حرية القول؛

✓ حرية الاجتماع بما في ذلك الاجتماعات الشعبية؛

✓ حرية التجمع أو المواكبة أو التظاهرات لتحقيق غرض معين.

ولم يعد في الإمكان التحدث عن نظرية إعلامية اشتراكية بعد انهيار المنظومة الاشتراكية والاتحاد السوفييتي السابق، وتفكك الجمهوريات السوفييتية إلى جمهوريات مستقلة ذات سيادة واستقلال وطني، وتحول أغلبية دول المنظومة الاشتراكية إلى أنظمة ديمقراطية لها أساليبها السياسية والإعلامية الخاصة بها وعلاقاتها الدولية المبنية على مفاهيم جديدة. بل أن بعض هذه الجمهوريات الجديدة أخذت تعمل على تكييف نظرية الإعلام الحر لممارساتها الإعلامية الفعلية.

نظرية المسؤولية الاجتماعية

ولدت هذه النظرية نتيجة للمعاناة من النظريات التي سبقتها. وقد يكون أيضاً بسبب تأثير نتائج الحرب العالمية الثانية. وقد وجد المفكرون في المبادئ والوظائف والصيغ الجديدة انعكاساً للنظرية الليبرالية.

---

[٨٨] UNESCO: Final Report. Intergovernmental Conference on Communication in Latin American & the Caribbean. San Jose Costa July ١٩٧٦. p. ٢٣.

وأعتبر القرن العشرين الميدان التطبيقي لأفكار هذه النظرية في المجتمع والدولة، وكان أمثل تطبيق لأفكار هذه النظرية الولايات المتحدة الأمريكية التي طبقت فيها ومن ثم أخذت بالانتشار في بقية أنحاء العالم.

وتوجهت أفكار ومبادئ هذه النظرية بالنقد لأفكار النظرية الليبرالية (نظرية الحرية). ومن أهم المبادئ التي تقوم عليها هذه النظرية:

- ✓ إعطاء الحقيقة إلى الفرد ولا يحق التستر عليها ولا يجوز تزويد الفرد بمعلومات كاذبة أو ناقصة؛
- ✓ ممارسة النقد البناء والقبول بأي فكرة أو طرح جديد من قبل الفرد وتقبل مناقشة ذلك الفرد، لتصحيح الخطأ إن وجد بأسلوب ديمقراطي بناء هادف وهادئ؛
- ✓ نشر أهداف المجتمع وخططه التربوية والتعليمية والاقتصادية. فالإعلام يهدف إلى خدمة المجتمع ويبشره بالرفاهية، واحترام حقوق الفرد السياسية والاقتصادية والثقافية والاجتماعية؛
- ✓ إتاحة الفرصة للفرد للحصول على المعلومة التي يستفيد منها أو يريد أن يتعلمها أو يضيفها إلى حصيلة مستواه الثقافي والسياسي من خلال فكر الدولة أو فكره الشخصي.

وتتلخص الوظائف العامة لنظرية المسؤولية الاجتماعية بما يلي:

- ✓ خدمة النظام السياسي المتفق عليه من قبل الأغلبية؛
- ✓ إعلام الرأي العام وإعلاء ممارسة حكم الشعب لنفسه؛
- ✓ حماية حقوق الأفراد في المجتمع، وحقوق الدولة لخدمة المجتمع باحترام النظام العام، واحترام حركة الإعلام؛
- ✓ خدمة النظام من خلال إبراز الأنشطة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية والثقافية؛
- ✓ تقديم البرامج المتوازنة الخاصة بالتسلية والترفيه للفرد من خلال ذلك القسط من الحرية الممنوحة من الدولة وبما يحقق راحة الجميع؛
- ✓ التركيز على مبدأ تحقيق الاكتفاء الذاتي.

ولقد واجهت هذه النظرية بعض أوجه النقد للنظرية الليبرالية (الحرية) وتمثل هذا النقد في:

- أن الصحافة لم تؤد دورها الصحيح في عرض وجهات النظر المختلفة للأفكار المطروحة في المجتمع. بينما تؤمن نظرية المسؤولية الاجتماعية بضرورة إعطاء الحقيقة ووجهات النظر المختلفة كلها دون مراوغة أو تضليل للفرد وإنما منحه حقيقة الفكر المطروح من خلال الوسائل الإعلامية الجماهيرية؛

- وأن نظرية الحرية الليبرالية تهدف إلى إثارة الأحاسيس والمشاعر في المجتمع. ولذلك فإنها لا تعطي الحقيقة كلها بل تجزئها وأحياناً تحرفها، بشكل يؤدي إلى خداع المجتمع في النهاية، وقد يساند الفرد ممارسات تلك الدولة أو تلك دون أن يعرف توجهها الصحيح، ولكنه يكتشف بعد فوات الأوان أنه كان مخدوعاً. بينما تخالف نظرية المسؤولية الاجتماعية هذا الرأي وتؤكد على ضرورة ممارسة حرية إعلام المواطن بالخبر والأحداث ومنحه حق منافسة الدولة والآخرين بشكل يؤدي إلى العمل والتعاون والتقدم.

وتتحمل الصحافة ووسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى قدراً من المسؤولية في ممارسة البناء والنمو الاجتماعي على أساس الالتزام بحقوق الآخرين. فالحرية تنطوي على قدر كبير من المسؤولية الاجتماعية فلذلك فإن الحرية ليست حقاً طبيعياً يعطى دون مقابل، بل حقاً مشروطاً بمسؤوليات يمارسها الإنسان اتجاه نفسه واتجاه المجتمع.

ولا حق لأحد بالاعتداء على حريات الآخرين. أي أن الحكومة والشعب يعطيان للصحافة حقها في حرية التعبير، ولكن في نفس الوقت يمكن أن يفقد هذا الحق فيما لو أسيء استعماله ولا يمكن عزل المجتمع والصحافة والدولة عن بعضهم البعض

فالتمتع بالحقيقة وحرية الرأي أمر ضروري للأطراف الثلاثة الدولة والمجتمع ووسائل الإعلام الجماهيرية لأن الغاية واضحة للجميع. وتبدأ عملية تفكير الفرد فور تسلمه للخبر، الذي يناقشه مع نفسه أولاً، ومن ثم مع السياسة المعلنة للدولة ووسيلة الإعلام الجماهيرية المنتمية لتلك الدولة مخالفة أم مؤيدة لرأي وفكر الحكم في الدولة.

وبذلك يصبح الفرد متمتعاً بالحرية الحقيقية والقدرة على التعبير عن رأيه وأفكاره ومفاهيمه ومواقفه. إلا أن هذا لا ينفي وجود الرقابة الموضوعية على النشر. إذ أن الرقابة موجودة ولا تسمح بنشر أي شيء يتعارض وتوجه وخدمة الجماهير العريضة، ولا يهم الرقابة الآراء

المتعلقة بالأفراد كأفراد، لأنها تضع مصلحة المجتمع فوق كل المصالح، وتحترم المصلحة الجماعية لذلك المجتمع.

نظرية المسؤولية العالمية للصحافة

تهدف نظرية المسؤولية العالمية، إلى:

- ✓ ربط أجهزة الإعلام والعاملين فيها بقضية الإنسان في كل مكان؛
- ✓ ورفع مسؤولية الإعلام إلى مستوى القضايا العالمية التي تحتاج إلى كلمة الحق المنزهة عن الهوى، وإلى الموضوعية التي تفتقر لها أجهزة الإعلام في المجتمعات المختلفة؛
- ✓ وتحقيق المساهمة الإيجابية لأجهزة الإعلام في معركة الوجود الإنساني نفسه؛
- ✓ ونبذ ومحاربة التهديدات الإنسانية المصيرية والمتمثلة في الحرب النووية والاحتكارات والمصالح الدولية.

وأهداف وغايات هذه النظرية بالأساس تنبثق من مفهوم خدمة المجتمع الإنساني ككل. وهذه النظرية تعتبر امتداداً للنظريات الإعلامية السابقة ولكنها قد تكون أكثر شمولاً منها كونها تنطلق من وإلى المجتمع الإنساني الأشمل. دون تحديد لجنس هذا المجتمع لأنها ترفض الأفكار العنصرية والعرقية والدينية وتعمل على خدمة الإنسان من كل جوانب حياته، وتؤمن بتوفير الحرية الكاملة والكافية التي تمكن الإنسان من إبداء رأيه وأفكاره، من خلال وسائل الإعلام الجماهيرية المتاحة. وتتلخص فلسفة هذه النظرية بالعبارة التالية: **(حب الإنسان للإنسان).**

ومهما تكن الاختلافات بين الإنسان والإنسان الآخر، فإن شعار هذه النظرية يؤكد على التآخي، ودعوتها الصريحة تتسم بالبساطة والوضوح. فقد استندت إلى حقيقة موضوعية في ارتباط الإنسان بالإنسان الآخر، من حيث الحضارة، والمصالح، والتاريخ، والجغرافية، والديانات، وكل ذلك يستدعي من الإنسان أن يحب أخيه الإنسان الآخر في العالم الإنساني الواسع الفسيح الأرجاء.

فقد تختلف أو لا تختلف الغاية من الأهداف التي تتضمنها هذه النظرية. إلا أن الغاية الأساسية تركز على تكييف طبيعة الصراع الإنساني

لتحقيق الغاية الأسمى. غير أن هذه النظرية لا يمكن تحقيقها ما لم يظهر من بين دعاتها أفراداً مخلصون لمبادئ الإنسانية عموماً، لأن الذاتية كنزعة إنسانية فردية تقود بعض المنظرين والسياسيين المتزعمين لحركة المجتمع أو المتزعمين لحركته الفلسفية والفكرية إلى ضيق الأفق.

والإخلاص هنا يركز على مبادئ الإنسانية جمعاء، وليس على المبادئ الذاتية التي تضلل الناس المتطلعين إلى السلام والحرية. ومحاربة كل وسائل الإعلام الرأسمالية التي تعمل على استلاب حياة الناس واستلاب رغيف الخبز الذي يعيشون عليه.

وتعتبر أن الإنسان المتطلع إلى مبادئ المسؤولية العالمية بحق، هو ذلك الإنسان المنادي بالحرية الحقيقية وبمفهومها الحقيقي، ومعناها المناهض للوسائل المتخلفة التي تعمل على تفكيك وتجزئة شعوب العالم من خلال النزاعات الدينية، والتوسعية، والعبودية الاقتصادية والسياسية والاجتماعية، التي في النهاية تحطم الإنسان في كل مكان. لذلك ومع توسع الثورة المعلوماتية والتكنولوجية وخضوع وسائل الإعلام الجماهيرية للاحتكارات أو الفئات الحاكمة والسير في ركابها وعدم ارتباطها بالمجتمع وتسخير قدراتها لخدمة قضاياه، فإن تطبيق هذه النظرية العالمية يحتاج إلى أولئك الرجال الذين يستطيعون تخطي الحواجز الإقليمية والارتفاع فوق الصراعات والمصالح الشخصية والمحلية والإقليمية، والنظر إلى الإنسان كإنسان في كل مكان.

ولقد وجدت محاولات فردية كالمحاولة التي قام بها الفيلسوف البريطاني برتراند راسل، وعارض فيها الحرب الفيتنامية، وجهود بعض الكتاب الأحرار في مقاومة التفرقة العنصرية.

ولكن هذا الذي يحدث هنا وهناك لم تواته القوة المؤثرة بعد، ولا زالت تلك النظرية بعيدة عن الرواج أو التأثير. كما ونجد أن الكثير من المحاولات الإعلامية والسياسية العالمية لمناصرة حقوق الشعوب المضطهدة وقضاياها العادلة، وفضح المخططات التوسعية والعنصرية في العالم، دون المستوى المطلوب.

ونرى أن الأمم المتحدة معنية في إعادة النظر في جميع الممارسات الإعلامية المستندة على مبدأ حق امتلاك التكنولوجيا، الذي يعني حق احتكار المعلومات. فالقضايا الإنسانية وحقوق الشعوب المهضومة جميعها تمثل جوهر عملية الإعلام الإنساني الموالي للحب والسلام والوئام بين

شعوب العالم على أساس الاحترام المتبادل وتبادل المنافع والمصالح الإنسانية.[89]

الخاتمة

وفي الختام لا بد أن نؤكد على أن الحديث عن التبادل الإعلامي الدولي في حياة الأمم المعاصرة، وفي ظل النظام الدولي الراهن لم يزل من أكثر الموضوعات إثارة للاهتمام، وذلك نظراً للإمكانيات الهائلة القائمة والمحتملة للتبادل الإعلامي الدولي على ضوء التطور الهائل في وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة. التي مكنت الإنسان في نهاية القرن العشرين من الحصول على أية معلومات يريدها بمنتهى السرعة واليسر والسهولة، عبر شبكات المعلومات الدولية، والقنوات التلفزيونية الفضائية، ووسائل الاتصال الحديثة، التي أصبحت وسائل الإعلام الجماهيرية الدولية تستخدمها فعلاً، لمخاطبة العقول أينما كانت، ومهما تباينت أفكارها، وبأية لغة يفهمها الإنسان المعاصر الذي تميز بسعة الأفق والمعرفة، بفضل المعلومات التي وضعتها بين يديه وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية أينما كان.

وذلك لأنه هناك مجموعة من العوامل تشترك في تأسيس منطق التبادل الإعلامي الدولي وتنطلق من المجالات الإنسانية والحياتية المختلفة، وتنبع من بيئة الإنسان ومجموعة المنبهات والاستجابات التي تتكون وفقاً لها لتكوين علاقات تمكن الإنسان من تنسيق جهوده وتوحيدها

---

[89] د. جبار عودة العبيدي، وهادي حسن عليوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال. مكتبة الجيل الجديد، صنعاء ١٩٩٣. ص ٢٩-٣١.

في مجرى مشترك عام وتجعل من تداول الخبرة أمراً ممكناً بين الأفراد والأجيال والمجتمعات والدول.

والتبادل الإعلامي الدولي في هذا المعنى الواسع أصبح أداة اتصال رئيسية بين بني البشر، وأصبح أداة للحوار وتبادل الآراء والأفكار بين الأمم. وكما جاءت المطبعة لتفتح الطريق أمام الثورة الصناعية التي مهدت لها الثورة العلمية، فإننا نرى أن القرن العشرين حمل للعالم ثورة شاملة في وسائل الاتصال والإعلام. وانحسرت المسافات الجغرافية أمام القدرات التكنولوجية لتلك الوسائل المتطورة. ومن أجل تسخير هذه القدرات وتوظيفها لخدمة المعلومات وتبادلها بين المجتمعات فقد أخضعتها الحكومات والدول إلى نظرياتها السياسية والاقتصادية والاجتماعية. مما دفع علماء الإعلام والاتصال لتأسيس نظريات إعلامية مستنتجة من النظريات السياسية وتطبيقاتها العملية في مختلف المجتمعات.

وخرجت وسائل الإعلام الجماهيرية بالتدريج عن إطارها المحلي لتصبح أداة اتصال وتواصل بين الأمم، لها دوراً مرسوماً ومحدداً في إطار السياسات الخارجية والعلاقات الدولية المعاصرة، وعملية التبادل الإعلامي الدولي. ودخلت ضمن الأدوات والوسائل التي تحقق من خلالها مختلف الدول والمنظمات الدولية والإقليمية والمحلية بعضاً من سياساتها الخارجية.

وتعمل المؤسسات الصحفية على نشر المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار عن طريق وسائل الإعلام الجماهيرية المختلفة بغرض الإقناع والتأثير على الأفراد والجماعات داخل المجتمع. وعندما تخرج هذه المؤسسات عن نطاق المحلية وتجتاز وسائلها الإعلامية الجماهيرية الحدود الجغرافية والسياسية للدولة، لنقل تلك المبادئ والأفكار والمواقف والأخبار لمواطني الدول الأخرى، في سعي منها لخلق نوع من الحوار الثقافي معها، متجاوزة الحواجز اللغوية، تأخذ هذه المؤسسات الصحفية ووسائلها الإعلامية صفة الإعلام الدولي.

والإعلام الدولي جزء لا يتجزأ من السياسة الخارجية للدول المستقلة، ووسيلة فاعلة من الوسائل التي تحقق بعض أهداف السياسة الخارجية لكل دولة داخل المجتمع الدولي. وتخدم من خلالها المصلحة الوطنية العليا للدولة، وفقاً للحجم والوزن والدور الذي تتمتع به هذه الدولة أو تلك في المعادلات الدولية، وتأثيرها وتأثرها بالأحداث العالمية

المستجدة كل يوم. وخاصة عند نشوب أزمات سياسية أم اقتصادية أم عسكرية، أو اضطرابات اجتماعية داخلية تطال تلك الدول، أو الدول المجاورة لها. أو تطال مناطق المصالح الحيوية للدول الكبرى حيث وجدت في أنحاء العالم المختلفة. أو في حال حدوث كوارث طبيعية وأوبئة، أو أخطار تهدد البيئة والحياة على كوكب الأرض.

وللإعلام الدولي دوافع متعددة، تعتمد على المصالح الاقتصادية، والسياسية، والعسكرية، والاجتماعية، والثقافية، والإنسانية، بما يتفق والسياسة الخارجية للدولة، وتنبع تلك الدوافع من المصالح الوطنية العليا للدولة، ويعمل الإعلام الدولي من خلال هذا المنظور على التأثير على التفاهم الدولي وعلى عملية الحوار الثقافي والحضاري الجارية بين الأمم، وهو الحوار الذي يؤدي إلى خلق تصور معين للدول بعضها عن بعض، مفاده التحول من النظام الثقافي القومي التقليدي المغلق، إلى نظام ثقافي منفتح يعزز التفاهم الإنساني الدولي ويعمل على تطويره.

ويبقى دور وسائل الإعلام الجماهيرية في عملية الصراع متمثلاً بتعبئة الرأي العام المحلي والعالمي حول وجهة النظر الرسمية للدولة أو المؤسسة الإعلامية الدولية من الصراع الدائر، وشرحها، وتغطية أخبار أهم أحداثها تباعاً. وشرح وتحليل أبعاد هذا الصراع وأسبابه، مع مراعاة أن يأخذ خبراء الإعلام والصحفيون بعين الاعتبار، خصائص الجمهور الإعلامي المخاطب ثقافياً وسياسياً وتاريخياً، ومدى تعاطفه مع وجهة النظر الرسمية للدولة المعنية في هذا الصراع، واختيار اللغة المناسبة للرسالة الإعلامية لتصل إلى أقصى حد ممكن من التأثير والفاعلية. لأن سلاح الإعلام في أي صراع كان لا يقل أهمية عن القوة العسكرية والاقتصادية، وهو الوسيلة الناجعة لرفع معنويات القوى البشرية في الدولة المعنية، وتحطيم الروح المعنوية للخصم في الصراع الدائر، والإعلام الناجح هو السند القوي في الكفاح على الجبهة السياسية والعمل الدبلوماسي الهادئ والرصين والمنطقي.

ولا غرابة أن يكون لإعلام الدول النامية قولٌ في هذا المجال لاسيما وأنها ابتليت بالأوضاع التي فرضتها عليها السياسات الاستعمارية، وما تعانيه من شدة الخلافات السياسية التي انعكست بالنتيجة على فعالياتها الإعلامية. ورغم دخولها في عالم اليوم عصر المعلوماتية ووسائل

الاتصال المتطورة فإننا نلاحظ استمرار تخبط الدول النامية في مشاكلها الإعلامية والإتصالية التي ازدادت صعوبة وتعقيداً.

وخلاصة القول فإن التدفق الحر للإعلام في وضعه الراهن، ليس أكثر من تدفق لسيل من المعلومات باتجاه واحد يخدم مصالح الدول الصناعية المتقدمة، المسيطرة على وسائل الاتصال الحديثة. وأن الدول النامية تنظر بقلق بالغ نحو الواقع المؤلم لها، والمتمثل بسيطرة الدول الصناعية المتقدمة على وسائل الاتصال الحديثة، ومصادر الأنباء وتوظيفها لصالح دعايتها على حساب المصالح الوطنية للدول النامية العاجزة اقتصادياً وتقنياً وعلمياً عن حل هذه المعضلة التي تقف عاجزة أمامها.

وبقي التأكيد على أن دراسات عادات المطالعة والاستماع والمشاهدة، لدى قادة الرأي، ومن ثم دراسة مضمون الرسالة الإعلامية، المبنية على نتائج تلك الدراسات، تسمح للمخططين الإعلاميين بزيادة فاعلية وتأثير الحملات الإعلامية، وللمخططين السياسيين من زيادة فاعلية دور وسائل الإعلام الجماهيرية، كواحدة من أدوات تنفيذ السياسة الرسمية للدولة، وكمصدر نافع من مصادر المعلومات لرسم تلك السياسة. وتوسيع دورها في عملية التبادل الإعلامي المحلي والإقليمي والدولي. لأن وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية هي ركائز أساسية لتبادل الأفكار والمعلومات بين أفراد المجتمع الإنساني، وتعد أساساً لتفاعلاته الاجتماعية وتقريب وجهات النظر بين المجتمعات المختلفة وبين مواطني البلد الواحد.

ولكن هذا الذي يحدث هنا وهناك لم تواته القوة المؤثرة بعد، ولا زالت عملية التبادل الإعلامي الدولي بعيدة عن التكافؤ بين من يملك ومن لا يملك وسائل الإعلام والاتصال الحديثة. كما ونجد أن الكثير من المحاولات الإعلامية والسياسية العالمية لمناصرة حقوق الشعوب المضطهدة وقضاياها العادلة، وفضح المخططات التوسعية والعنصرية في العالم، لم تزل دون المستوى المطلوب.

وهنا نرى أن الأمم المتحدة معنية في إعادة النظر في جميع الممارسات الإعلامية المستندة على مبدأ حق امتلاك التكنولوجيا، الذي يعني حق احتكار المعلومات. فالقضايا الإنسانية وحقوق الشعوب المهضومة جميعها تمثل جوهر عملية الإعلام الإنساني الموالي للحب

والسلام والوئام بين شعوب العالم على أساس الاحترام المتبادل وتبادل المنافع والمصالح الإنسانية.

المراجع

١. د. أحمد جاد الله شلبي: تاريخ التربية الإسلامية. مطبعة دار الكتب، القاهرة.
٢. إيهاب السوقي: الأبعاد الاقتصادية للتقدم التكنولوجي على أداء التجارة الخارجية. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٢٩، مؤسسة الأهرام ، القاهرة يوليو ١٩٩٧.
٣. د. ألفت حسن آغا: النظام الإعلامي الأوروبي في عالم متغير. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٠٩، يوليو ١٩٩٣.
٤. أوسكار لانجه: التخطيط والتنمية الاقتصادية. مركز الدراسات الاقتصادية. دمشق ١٩٧٠.
٥. د. الإدريس العلمي: الإعلام الذي نريده: دراسة مقدمة إلى لجنة أليسكو لدراسة قضايا الإعلام والاتصال في الوطن العربي. ١٩٨٣.
٦. إدوارد كوين: مقدمة إلى وسائل الاتصال. ترجمة وديع فلسطين، مطابع الأهرام، القاهرة ١٩٧٧.
٧. الإعلان في مجلة الإعلام العربي (أليسكو) العدد ٢ ديسمبر/كانون الأول ١٩٨٢.
٨. التقرير الختامي لندوة خبراء " استراتيجية تنمية القوى العاملة العربية في بغداد" ٤-٦ تشرين أول/أكتوبر ١٩٨٢. مجلة العمل العربي العدد ١٩٨٢/٢٥.
٩. د. جيهان أحمد رشتي: الأسس العلمية لنظريات الإعلام. دار الفكر العربي، القاهرة ١٩٧٨.
١٠. جيهان رشتي: نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية. ج١. دار الحمامي للطباعة والنشر، ١٩٧٢.
١١. جرجي زيدان: تاريخ آداب اللغة العربية، ج٤ . مطبعة دار الهلال.
١٢. جواد مرقة: متخذو القرار الإعلامي العربي والمتوسطي والإفريقي. صحيفة الدستور الأردنية ١٩٩٧/٧/١.

١٣. د. جبار عودة العبيدي، و هادي حسن عليوي: مدخل في سياسة الإعلام العربي والاتصال. مكتبة الجيل الجديد، صنعاء ١٩٩٣.
١٤. حسين العودات: الإعلام والتنمية. دراسة مقدمة إلى ندوة خبراء السياسات الإعلامية والوطنية. بنغازي ٢٥-٢٨ نيسان/ أبريل ١٩٨٣.
١٥. حسين العودات: الإعلام والتنمية. دراسة مقدمة إلى لجنة أليسكو لدراسة قضايا الاتصال والإعلام في الوطن العربي. تونس ١٩٨٣.
١٦. حقائق أساسية عن الأمم المتحدة ١٩٧٢
١٧. د. خليل صابات: تاريخ الطباعة في الشرق العربي.
١٨. رولان كايرول: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية. ترجمة: مرشلي محمد. ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ١٩٨٤.
١٩. د. سهير بركات: الإعلام الإنمائي وإعداد البنية البشرية الإعلامية العربية. مجلة الإعلام العربي العدد ٢، كانون أول/ديسمبر ١٩٨٢.
٢٠. سها سهيل المقدم: مقومات التنمية الاجتماعية وتحدياتها. معهد الإنماء العربي. بيروت ١٩٧٨.
٢١. د. شمس الدين الرفاعي: تاريخ الصحافة السورية، ج١، العهد العثماني. دار المعارف بمصر، القاهرة ١٩٦٩.
٢٢. د. صابر فلحوط، د. محمد البخاري: العولمة والتبادل الإعلامي الدولي. بالاشتراك مع الدكتور. دار علاء الدين للنشر، دمشق ١٩٩٩.
٢٣. د. عارف رشاد: التعامل مع انترنيت: العالم رهن إشارتك. مجلة عالم الكمبيوتر العدد ٨٦، السنة الثامنة، فبراير ١٩٩٥. والعدد ٨٧، مارس ١٩٩٥.
٢٤. د. عارف رشاد: انترنيت: نشأتها، تطورها، حجمها، وسبل الولوج إليها. مجلة الكمبيوتر والاتصالات والإلكترونيات العدد ٧، المجلد ١٢، سبتمبر ١٩٩٥.
٢٥. د. عبد الوهاب مطر الداهري: دراسات في اقتصاديات الوطن العربي. معهد البحوث والدراسات العربية. بغداد ١٩٨٣.
٢٦. د. طلال البابا: قضايا التخلف والتنمية في العالم الثالث. دار الطليعة. بيروت ١٩٧١.

٢٧. القاموس الدبلوماسي في ثلاثة أجزاء، الطبعة الرابعة، موسكو: ناووكا ١٩٨٦. (باللغة الروسية)
٢٨. كريم حجاج: حرب المعلومات وتطور المذهب العسكري الأمريكي. مجلة السياسة الدولية، العدد ١٢٣، مؤسسة الأهرام، القاهرة يناير ١٩٩٦.
٢٩. د. كمال بلان، وسليمان الخطيب: المؤشرات الاقتصادية والاجتماعية في الوطن العربي ومدلولاتها على التنمية. مجلة الإعلام العربي. العدد ٢ المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم (الأليسكو). تونس ١٩٨٢.
٣٠. ليستر بيرسن: ماذا يجري في العالم الغني والعالم الفقير. إعداد إبراهيم نافع، دار المعارف بمصر، القاهرة ١٩٧١.
٣١. د. محمد علي العويني: الإعلام الدولي بين النظرية والتطبيق. مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة ١٩٩٠.
٣٢. محمد عاطف غيث: التنمية الشاملة والتغير الاجتماعي. مطبعة كريدية. بيروت ١٩٧٤.
٣٣. محمد مصالحة: نحو مقترب علمي لحق الاتصال في الوطن العربي. مجلة شؤون عربية العدد ٢٤ آذار/مارس ١٩٨٣.
٣٤. د. محمد البخاري: المعلوماتية والعلاقات الدولية في عصر العولمة. الرياض: مجلة "الفيصل"، العدد ٣٢٠ صفر ١٤٢٤ هـ/أبريل ٢٠٠٣. ص ٤٠-٥١.
٣٥. د. محمد البخاري: العولمة وطريق الدول النامية إلى المجتمع المعلوماتي (١-٦). أبو ظبي: الاتحاد، ٢٧ سبتمبر – ١٣ أكتوبر ٢٠٠١.
٣٦. د. محمد البخاري: الحرب الإعلامية والأمن الإعلامي الوطني. أبو ظبي: صحيفة الاتحاد، الثلاثاء ٢٣ يناير ٢٠٠١. صفحة ٣٣.
٣٧. د. محمد البخاري: الأمن الإعلامي الوطني في ظل العولمة. أبو ظبي: صحيفة الاتحاد، الاثنين ٢٢ يناير ٢٠٠١. صفحة ٣٤.
٣٨. د. محمد البخاري: العولمة والأمن الإعلامي الدولي. مجلة "معلومات دولية" دمشق: العدد ٦٥ صيف ٢٠٠٠. ص ١٢٩ – ١٤٤.
٣٩. د. محمد البخاري: وكالات الأنباء والصحافة الدولية في إطار التبادل الإعلامي الدولي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية. طشقند ٢٠٠٠.

٤٠. د. محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية. طشقند ١٩٩٩. مقرر لطلاب السنة الثالثة علاقات دولية.
٤١. د. محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي. جامعة ميرزة أولوغ بيك الحكومية، طشقند ١٩٩٧. مقرر لطلاب السنة الثالثة صحافة.
٤٢. د. محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي. دار إحياء الفنون الإسلامية، دمشق ١٩٩٧.
٤٣. د. محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي. طشقند: جامعة طشقند الحكومية، ١٩٩٧.
٤٤. د. محمد البخاري: أهمية البحوث الميدانية في نجاح السياسات الإعلامية العربية. صحيفة الثورة، صنعاء العدد ١٩٩٠/٩٣٣٥.
٤٥. د. محمد البخاري: التخطيط الإعلامي السليم شرط أساسي للإعلام الناجح، والبحوث الميدانية من أولوياته. صحيفة ٢٦ سبتمبر، العدد ١٩٩٠/٤٠٧.
٤٦. د. محمد البخاري: وسائل الإعلام الوطنية ودورها في تعميق الثقافة القومية وتطوير التعليم. صحيفة ٢٦ سبتمبر، صنعاء العدد ١٩٨٩/٣٢٦.
٤٧. محمد البخاري: أفكار حول الصحافة والتعليم والثقافة. مجلة المعرفة، دمشق العدد ٣٠٦-١٩٨٨/٣٠٧.
٤٨. د. محمود علم الدين: ثورة المعلومات ووسائل الاتصال، التأثيرات السياسية لتكنولوجيا الاتصال. السياسة الدولية العدد ١٢٣، مؤسسة الأهرام، القاهرة يناير ١٩٩٦.
٤٩. مقدمة ابن خلدون. دار القلم، بيروت ١٩٧٨.
٥٠. نادي روما: من التحدي إلى الحوار. ج٢، ترجمة عيسى عصفور. وزارة الثقافة والإرشاد القومي، دمشق ١٩٨٠.
٥١. ولبر شرام: وسائل الإعلام والتنمية القومية. ترجمة أديب يوسف. وزارة الثقافة، دمشق ١٩٦٩.
٥٢. اليونسكو: التقرير الختامي للجنة الدولية لدراسة مشكلات الإعلان. باريس ١٩٧٨.
٥٣. Alan Hancock: Mass Communication (London, Longmans, ١٩٦٦) pp. ١-٤.

٥٤. Arthur Goodfriend: The Dilemma of Cultural Propaganda. " Let It Be ", The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Voi. ٣٩٨, Nov. ١٩٧١.

٥٥. Bogdan Osolnik: Some Problems Concerning International Communication from the View Point of Implementing the Principles of the Charter of the U.N. and the Declaration of Human Rights, Symposium Ljubljana ١٩٦٨, Mass Media and International Understanding. School of Sociology, Political Scince and Journalism. Ljubljana. ١٩٦٨,

٥٦. Carlo Mongardini: A new definition of the concept of development. The New International Economic Order, Vienna ١٩٨٠.

٥٧. Carol H. Wese: What America's Leaders Read. Public Opinion Quarterly, Voi. XXXVIII. No. ١. Spring ١٩٧٤,

٥٨. Colin Cherry: World Communication, Threat or Promise. A sociotechnical App-roach, London, Wiley-Interscience. ١٩٧١.

٥٩. C. Anthony Giffard: The Inter-Press Service: New Information for a New Order, Journalism Quarterly, Spring ١٩٨٥.

٦٠. Charles A. Siepmann: Propaganda Techniques, Voice of the people Readings in Public Opinion and Propaganda, Edited by Reo M. Christenson and Robert O. Mc Williams, ٢nd Edition, New York, Mc Graw - Hill Book Company. ١٩٦٧.

٦١. Dinker Rao: Mankekar, Mass Media and International Understanding as a Newly - Emerged. Underdeveloped Country Looks at the Problem. Symposium Ljubljana ١٩٦٨,

٦٢. Doob, Propaganda: Its Psychology and Technique. (N.Y.: Henry, Holt and Company ١٩٣٥)

٦٣. Geoffrey Reeves: Communications and the Third World, London, Routledge, ١٩٩٣,

٦٤. Harold Beeley: The Changing Role of British International Propaganda, The Annals of the American Academy of Political and Social Science, Vol. ٣٩٨ Nov. ١٩٧١.

٦٥. Harry Goldstein: " Reading and Listenning Comprehension at Various Controlled Rates " (N.Y.: Teachers College, Columbia University Bureau of Publications, ١٩٤٠).

٦٦. H. Blumer: Movies and Conduct. (N.Y.: the Macmillan Company ١٩٣٣)

٦٧. Hamid Mowlana: International Flow of Information: a Global Report and Analysis, Paris: Unesco, ١٩٨٥

٦٨. Ithiel de Sola Pool: The Changing Flow of Television, Journal of Communication, Spring ١٩٧٧.

٦٩. International Information and Communication Order. Source Book, Prague: International Organization of Journalists, ١٩٨٦.

٧٠. Joseph T. Klapper: The Effects of Mass Communication. New York, Free Press, ١٩٦٠.

٧١. Josiane Jouet & Sylvie: New Communication Technologies: Research Trends, Reports and Papers on Mass Communication, No. ١٠٥, Unisco, Paris, ١٩٩١.

٧٢. John Martin: Effectiveness of International Propaganda, The Annals of the American Academy of Political and social Science, Vol. ٣٩٨, Nov. ١٩٧١

٧٣. Khalil Sabat: Role de La Veracite del' Information Dans La Comprehension Internationale. Symposium Ljubljana ١٩٦٨

٧٤. LE PETIT LAROUSSE: Dictionnaire encyclopedique. Larousse, Paris ١٩٩٣.

٧٥. Lazarsfeld: Radio and the printed Page. (N.Y.: Duell Sloan and Pearce, ١٩٤٠).

٧٦. Lazarsfeld et al: The People's Choice, McPHee, New strategies for Recearch in the Mass Media.(N.Y.: Bureau of Applied Social Research, Columbia University ١٩٥٣)

٧٧. Leo Bogart: the Age of Television. (N.Y.: Frederick Ungar, ١٩٥٦).

٧٨. Marshall McLuhan, Quentin Fiore: The Medium is the Massage: An Inventory of Effect (N. Y. Bantam Books ١٩٦٧)

٧٩. Mohamed Habiboullah Ould Abdou: L'information en Mauritanie, These de Docdorat de ٣e. Cycle. Universite de Paris ٢, ١٩٧٥.

٨٠. Mohamed Ali Khandan: Sima, Information et Politique Petroliere. These de Doctorat de Specialite en Science de L'Information, Universite de Paris ٢, ١٩٧٣-١٩٧٤.

٨١. Oton Pancer: Le Roie de la Langue International Dans La Communication Publique et Dans La Comprehension Internationale. Symposium Ljubljana ١٩٦٨

٨٢. Paul A. V. Ansah: Intenational News: Mutual Responsibilities of Developed and Developing Nations in World Communication. Edited by Gerbner & Siefert, N. y., Longman inc, ١٩٨٤

٨٣. Peter Drucker: The New Realities: In Government and Politics, In Economics and Business, In Society and World View (New York: Harper & Row Publishers, ١٩٨٩), Scott Lash., John Urry. The End of Organized Capitalism (Cambridge: Polity Press, ١٩٩٣).

٨٤. Ralph k. Whito: Propaganda, Morally Questionable and Morally Unquestionable Techniques, The Annals of the American Academy of Political and social Science, Vol. ٣٩٨, Nov. ١٩٧١.

٨٥. Schramm: " Communication Development and the Development Process," in Lucian Pye (ed) Communication and Political Development. (N. J.: Princeton University Press ١٩٦٣).

٨٦. Sean MacBride and Others: One World: Many Voices More Efficient World Inform-Just and Towards a New Moreation and Communication Order, Paris:Unesco, ١٩٨٠

٨٧. Theodore E: Kruglak. The International News Agencies and the Reduction of International Tensions. Symposium Ljubljana ١٩٦٨.

٨٨. UNESCO: Final Report. Intergovernmental Conference on Communication in Latin American & the Caribbean. San Jose Costa July ١٩٧٦.

٨٩. William L: Rivers and Wilbur Schramm, Responsibility Mass Communication. New York, Harper & Row, ١٩٦٩.

٩٠. W. Schramm: One Day In the Wold's Press.

٩١. W. Charters: Motion Pictures and Youth. (N. Y.: Macmillan ١٩٣٣)

٩٢. W. Phillips Davison: International Political Communication. New York. Fredrick A. Paeger. ١٩٦٥

٩٣. Wilbur Schamm: Mass Media and National Development, The Role of Information in the Developing Countries Stanford University Press, ١٩٦٦.

٩٤. د. محمد البخاري: الجوانب الثقافية في التبادل الإعلامي الدولي وفاعليتها. في كتاب مواد ندوة ومسابقة آفاق تطور العلاقات الثنائية الكويتية الأوزبكستانية في القرن الحادي والعشرين. طشقند: جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، ٢٠٠٤. ص ٥٠ - ٦٢. (باللغة الروسية)

٩٥. د. محمد البخاري، غينادي غيورغيفيتش نيكليسا: الأسس السياسية والقانونية لتكامل وسائل الإعلام الجماهيرية في جمهورية أوزبكستان مع الساحة الإعلامية الدولية. مقرر جامعي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، ٢٠٠٣. (باللغة الروسية)

٩٦. د. محمد البخاري: الصراعات الدولية والصحافة الدولية. في كتاب مؤتمر الكفاح ضد الإرهاب الدولي، والتطرف والحركات الانفصالية في العالم المعاصر. طشقند: جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، ٢٠٠٢. ص ٦٣-٦٧. (باللغة الروسية)

٩٧. د. محمد البخاري، د. سرفار جان غفوروف: جمهورية مصر العربية. مقرر جامعي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، ٢٠٠٢. (باللغة الروسية)

٩٨. د. محمد البخاري: التبادل الإعلامي الدولي في إطار العلاقات الدولية. مقرر لطلاب البكالوريوس، جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، ٢٠٠٢. (باللغة الروسية)

٩٩. د. محمد البخاري: وظيفة التبادل الإعلامي الدولي. طشقند: مياك فاستوكا، العدد ١-٢، ٢٠٠١. ص ٢٥-٢٧. (باللغة الروسية)

١٠٠. د. محمد البخاري، د. سرفار جان غفوروف: المملكة العربية السعودية. مقرر جامعي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، ٢٠٠١. (باللغة الروسية)
١٠١. د. محمد البخاري: وكالات الأنباء العالمية. مجلة "أوزبكستان مطبوعاتي"، طشقند: العدد ٢٠٠٠/٤. ص ٤٤-٤٥. (باللغة الأوزبكية)
١٠٢. د. محمد البخاري: العلاقات العامة الدولية كهدف من أهداف التبادل الإعلامي الدولي. مقرر لطلاب الدراسات العليا (الماجستير)، جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية. طشقند ٢٠٠٠. (باللغة الروسية)
١٠٣. د. محمد البخاري: وسائل الإعلام الجماهيرية في جمهورية أوزبكستان. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية. طشقند ٢٠٠٠. (باللغة الروسية)
١٠٤. د. محمد البخاري: الصحافة الدولية. المجلة العلمية لجامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية (فستنيك). العدد ١٩٩٩/١. ص ٥٩-٦٨. (باللغة الروسية)
١٠٥. د. محمد البخاري: وكالات الأنباء العالمية والصحافة الدولية في إطار التبادل الإعلامي الدولي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية. طشقند ١٩٩٩. مقرر لطلاب السنة الثانية علاقات دولية. (باللغة الروسية)
١٠٦. د. محمد البخاري: مبادئ الصحافة الدولية والتبادل الإعلامي الدولي. جامعة طشقند الحكومية للدراسات الشرقية، طشقند ١٩٩٩. مقرر لطلاب السنة الثانية علاقات دولية. (باللغة الروسية)
١٠٧. د. محمد البخاري: دور وسائل الإعلام الجماهيرية في التنمية والثقافة والتعليم. أطروحة دكتوراه. كلية الصحافة، جامعة موسكو ١٩٨٨. (باللغة الروسية)
١٠٨. محمد البخاري: دور الصحافة في التنمية والثقافة والتعليم. أطروحة ماجستير. كلية الصحافة، جامعة طشقند الحكومية ١٩٨٤. (باللغة الروسية)

تم مراجعة الكتاب والإضافة عليه بتاريخ ٩ أيار/مايو ٢٠٠٤